

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт управления бизнес-процессами и экономики  
Кафедра «Маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ И.В. Филимоненко  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.02.04 «Маркетинг»

Оценка возможностей развития малого бизнеса на региональном рынке  
мебельной продукции

Руководитель	_____	к.э.н., доцент	Якимова Е.А.
Выпускник	_____		Веневцева А.С.
Нормоконтролер	_____		Рыжкова О.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
1. Тенденции развития малого бизнеса в сфере производства мебельной продукции .....	6
1.1. Государственная политика в отношении малого бизнеса и механизм ее реализации.....	6
1.2. Состояние мебельной отрасли в России и регионах .....	12
1.3. Анализ факторов развития малого бизнеса в сфере производства мебельной продукции .....	26
2. Анализ рыночных возможностей в сфере производства мебельной продукции на региональном рынке Красноярского края .....	44
2.1. Структурный анализ регионального рынка мебельной продукции Красноярского края.....	44
2.2. Оценка потребностей целевых сегментов рынка мебельной продукции Красноярского края.....	51
2.3. Оценка потенциала развития рынка мебельной продукции с учетом государственных механизмов поддержки .....	61
3. Разработка стратегии развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина) .....	68
3.1. Формирование и выбор стратегической альтернативы развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина) .....	68
3.2. Разработка программы мероприятий развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина).....	68
3.3. Оценка эффективности стратегии развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина).....	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	71
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	76
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	79
ПРИЛОЖЕНИЕ В .....	83

## ВВЕДЕНИЕ

Малый бизнес по производству мебели является развитой, динамичной сферой и с успехом конкурирует с крупным бизнесом. Отличаем от крупных производителей является способность адаптироваться под запросы заказчика. Набор несложного оборудования и компьютерных программ позволяет производить мебель не менее высокого качества, чем в фабричном исполнении.

А возможность проведения замеров на месте увеличивает шансы небольших фирм по производству мебели в конкуренции с крупными производителями.

Современные технологии производства мебели позволяют делать точные заготовки, которые затем используются для сборки мебели на территории заказчика. Речь идет не только о производстве корпусной мебели, но и о различных составных частях офисной мебели, торгового оборудования и так далее. Во всех случаях применяются схожие технологии, инструменты, и даже фурнитура.

Тем не менее, малый бизнес по производству мебели наиболее успешным бывает тогда, когда специализируется на отдельных направлениях деятельности. Например, можно организовать производство мебели для корпоративных клиентов. Заключение договоров на производство торгового оборудования для торговой сети позволяет получать стабильные заказы на однотипную мебель по мере развития сети

Малый бизнес является важной составной частью рыночной экономической системы, предприятия малого бизнеса действуют практически во всех секторах экономики. При этом конкуренция, являющаяся основным условием работы малых предприятий, делает малый бизнес наиболее динамичным и открытым для инноваций сектором экономики.

Развитый сектор малого бизнеса имеет не только очевидную экономическую, бюджетную и социальную значимость, но и способствует повышению уровня социальной ответственности и экономической инициативы в обществе, развитию его человеческого капитала.

Целью дипломной работы является оценка возможностей развития малого бизнеса и разработка плана их освоения на региональном рынке мебели Красноярского края.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Исследовать тенденции рынка производства мебельной промышленности
2. Проанализировать развитие малого бизнеса в сфере производства мебельной промышленности
3. Оценить уровень развития и имеющийся потенциал рынка производства мебельной промышленности

4. Разработать стратегию и сформировать план мероприятий по освоению возможностей развития рынка

5. Оценить эффективность предлагаемых мероприятий

В данной работе будут использоваться следующие методы:

1. Кабинетные исследования;
2. Количественные исследования;
3. Качественные исследования.

Объектом исследования является рынок мебели в Красноярском края

Предметом являются возможности развития малого бизнеса

Структура работы: в первой главе я провожу анализ вторичных данных для выявления общих тенденций развития малого бизнеса в сфере производства малого бизнеса.

Во второй главе представлен более детальный анализ ситуации на рынке мебели красноярского края и оценен потенциал развития мебельных компаний.

Третья глава посвящена разработке стратегии развития бизнеса на примере компании «Фабрика идей»

Изученность проблемы на данный момент по теме малого бизнеса в сфере производства мебели нет достоверно изученных данных. Существуют только общие статьи.

# **1 Тенденции развития малого бизнеса в сфере производства мебельной продукции**

## **1.1 Государственная политика в отношении малого бизнеса и механизм ее реализации**

Как известно, малый бизнес больше всего подвержен риску банкротства и более чувствительный к изменениям конкуренции на рынке. Норма прибыли таких предприятий постоянно колеблется, что отражается на финансовой устойчивости бизнеса.

Важность малого бизнеса для государства неоспорима, в связи с чем разработано определенное количество нормативных правовых актов, направленных на поддержку предпринимателей малого и среднего звена. В данном подпункте дается более подробный анализ действующего законодательства, относящегося к исследуемой теме.

Логичным представляется изложение материала в хронологическом порядке. Кроме того, избран подход, в котором отслеживается модель «от общего, к частному», что означает рассмотрение, в первую очередь, актов, имеющих общие нормы, которые относятся к сфере государственного регулирования малого бизнеса и поддержки последнего. После анализа положений общих норм предлагается перейти к ознакомлению с нормативными актами, которые имеют более узкий предмет регулирования, непосредственно относящийся к теме работы.

Прежде всего рассмотрим Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88 «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», который в свое время являлся одним из основных актов нормативного регулирования сферы малого бизнеса[2]. Известно, что настоящий закон создал действительные предпосылки для стимулирования деятельности малых предприятий не только на федеральном уровне, но и на уровне регионального законодательства. Особое внимание уделяется статье 1 исследуемого нормативного акта, в которой законодатель подтверждает возможность нормативного регулирования предмета изучения настоящей работы следующими видами актов

1. Федеральные законы;
2. Указы президента;
3. Постановления Правительства;
4. Законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ;
5. Международные договоры.

Следующим актом в сфере государственного регулирования малого предпринимательства в России является Указ Президента РФ от 4 апреля 1996 г. № 491 «О первоочередных мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации»[2]. Примечательно, что с первых строк указа президента малое предпринимательство обозначено как «важнейшая сфера российской экономики», что, без сомнения, задает правильный тон подхода к малому бизнесу в целом и обозначает

благоразумный подход государства к решению проблем и вопросов малого предпринимательства.

Проведя более подробное изучение упомянутого выше указа, были выделены основные положения нормативного акта, которые позволяют считать государственную политику объективной, отвечающей реальным вызовам российской экономической ситуации. Они являются нижеследующими:

1. Поддержка малого предпринимательства является важнейшей задачей государственной политики и направлена на создание благоприятных условий для развития инициативы граждан;

2. Федеральный и региональные фонды готовы и инициативны в вопросах поддержки малых и быстроокупаемых проектов;

3. Рассмотрение возможности о перенаправлении части заемных средств Международного банка реконструкции и развития в целях поддержки малого предпринимательства;

4. Государственная политика и социальная ситуация в сфере занятости населения должна развиваться, в том числе, путем создания новых рабочих мест на малых предприятиях;

5. Органы исполнительной власти субъектов РФ должны участвовать в нормативном правовом просвещении субъектов малого предпринимательства относительно сферы деятельности последних.

Примечательно, что еще в 1996 году были рассмотрены, в том числе, и вопросы налоговых льгот для малого предпринимательства:

1. Поддержание инновационной деятельности, путем распространения на последнюю налоговых льгот, предусмотренных для субъектов малого бизнеса;

2. Расширительное толкование Федерального закона от 29 декабря 1995 года №222-ФЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства», путем распространения положений закона на более обширный круг субъектов малого предпринимательства; Более лояльное отношение к банкам, лизинговым и страховым компаниям, которые выдают кредиты и проводят инвестирования в субъекты малого бизнеса[2].

Необходимо отметить и тот факт, что при разработке положений государственной политики, которые легли в основу рассматриваемого указа, учитывались следующие идеи:

1. Идея создания региональных систем государственной поддержки малого предпринимательства, путем реорганизации действующих органов или создания новых государственных властных субъектов и агентов;

2. Идея создания региональных программ поддержки и развития малого предпринимательства.

Для того чтобы определить действие рассматриваемого указа в настоящее время, автором предпринята попытка найти формы реализации положений указа на примере Красноярского края.

В настоящий момент в Красноярском крае создано и успешно функционирует краевое государственное автономное учреждение «Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно-технической деятельности»[29]. Данный фонд был учрежден распоряжением Правительства Красноярского края от 19 декабря 2008 года № 537-р «О создании краевого государственного автономного учреждения». Фонд поддержки осуществляет содействие развитию научной, научно-технической и инновационной деятельности на территории Красноярского края[2].

Приведенный пример нельзя оставлять в стороне. 21 век ознаменовался тем, что повсеместно в современную жизнь людей проникают информационные и инновационные технологии. Впервые на рынке появилось такое понятие, как «информационная услуга» или же «информационный продукт», который имеет свою высокую стоимость вследствие научных и умственных затрат своего автора. Вследствие вышесказанного, появляются и соответствующие направления в малом предпринимательстве, которые требуют особой поддержки со стороны государства, причем поддержки не столько материальной, сколько научной и технической, экспертной и аналитической, в чем и заключается работа приведенного фонда, в том числе.

На региональном уровне так же активно ведет работу «Совет по развитию малого и среднего предпринимательства при Губернаторе Красноярского края» (далее - Совет). Совет учрежден как постоянно действующий совещательный орган, обеспечивающий взаимодействие органов исполнительной власти края, органов местного самоуправления и некоммерческих организаций в области развития малого и среднего бизнеса. В своей деятельности Совет руководствуется Конституцией Российской Федерации, законодательством Российской Федерации и Красноярского края. Совет создан по Указу Губернатора Красноярского края «О создании Совета по развитию малого и среднего предпринимательства при Губернаторе Красноярского края» от 23 марта 2009 года № 50-уг

По итогам изучения действующей нормативной правовой базы, считаю необходимым подчеркнуть, как в Российской Федерации происходит разграничение предметов ведения между федерацией и регионами относительно нормативного регулирования и проведения государственной политики в отношении малого предпринимательства. Данные приведены в нижеследующей таблице:

Таблица 1 – Разграничение предметов ведения между федерацией и регионами

Уровень	Предметы ведения
Российская федерация	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определение общих принципов, приоритетных направлений и методов государственной поддержки</li> <li>- установление порядка создания и деятельности федеральных органов власти в области государственной поддержки</li> <li>- разработка и реализация федеральных программ развития и поддержки малого предпринимательства,</li> <li>- установление льгот для субъектов малого предпринимательства по федеральным налогам и иным платежам в федеральный бюджет и специализированные внебюджетные фонды РФ.</li> </ul>
Субъекты федерации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- решают вопросы в области поддержки малого предпринимательства</li> <li>- могут применять для этого дополнительные меры за счет собственных средств и ресурсов.</li> </ul>

Финансовое обеспечение государственных и муниципальных программ поддержки малого предпринимательства осуществляется ежегодно за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Федерации и местных бюджетов, а также за счет иных источников, таких как государственные и негосударственные фонды и объединения, кооперативы и ассоциации. Объем обязательных ежегодно выделяемых средств указывается в расходной части федерального бюджета отдельной строкой по представлению Правительства РФ.

Объем финансирования указанных программ за счет средств бюджетов субъектов Федерации и средств местных бюджетов указывается в расходной части соответствующих бюджетов отдельной строкой по представлению органов исполнительной власти субъектов Федерации, органов местного самоуправления.

Примечательно, что в регионах предпочтение при оказании государственной поддержки и субсидирования малого предпринимательства отдается предпринимателям, планирующим развивать определенные направления деятельности, данные направления зачастую именуют приоритетными. Изучив определенное количество программ развития, составленных в разных регионах, автор приходит к мнению о том, что список упомянутых направлений варьируется от региона к региону. Полагаю, что каждый конкретный список разрабатывается в соответствии и при учете региональных особенностей того или иного субъекта Федерации, однако, в целом, есть и совпадения в обозначенных перечнях. Предлагается выделить приоритетные направления деятельности:

1. Сельскохозяйственная деятельность;



2. Деятельность по переработке сельхозпродукции;
3. Сбор и переработка дикоросов на территории региона;
4. Ведение любого вида деятельности малым бизнесом в отдаленных и труднодоступных районах региона;
5. Придорожный бизнес на трассах междугородного пользования;
6. Организация промышленного производства;
7. Развитие инновационного предпринимательства;
8. Развитие молодежного предпринимательства;
9. Производство экспортоориентированной продукции;
10. Жилищно-коммунальное и бытовое обслуживание жилищного фонда и населения региона;
11. Туристический и транспортный бизнес;
12. Социально-ориентированный бизнес. Медицинские услуги, образовательные услуги, развитие спортивных направлений, развитие сетей общественного питания;
13. Создание рабочих мест для людей с ограниченными возможностями;
14. Предпринимательство, направленное на оборудование, ремонт и обслуживание детских площадок;
15. Создание и обслуживание выставочно-ярмарочной деятельности.

В исследуемых программах поддержки так же можно выделить общие формы деятельности субъектов, отвечающих за приведение в действие программ. К вышеупомянутым относятся:

1. Образовательные программы: проведение семинаров, тренингов и конференций, организация лекций для субъектов малого бизнеса, обучение бизнес-планированию, обучение кадровому делопроизводству. Ознакомление субъектов с системами налогообложения, пенсионным страхованием, нормативами охраны труда работников и другими сферами;
2. Организация выставок и ярмарочных мероприятий, которые служат не только бесплатными рекламными и торговыми площадками, но и являются мероприятием по поиску деловых партнеров;
3. Консультирование субъектов малого предпринимательства на базе служб занятости населения, фондов поддержки малого и среднего бизнеса, а так же иных некоммерческих структур;
4. Субсидирование государством.

Формы и направления деятельности объективно предполагают проведения следующих мер, для реализации заданных программ и мероприятий:

1. Проведение мер по вовлечению в предпринимательскую деятельность социально незащищенных слоев населения, в том числе инвалидов, женщин, молодежи, уволенных в запас (отставку) военнослужащих, безработных, беженцев и вынужденных переселенцев, лиц, вернувшихся из мест заключения;

2. Установление налоговых льгот и ежегодное выделение средств из соответствующих бюджетов на поддержку малого предпринимательства;

3. Принятие мер по обеспечению передачи субъектам малого предпринимательства результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, а также инновационных программ;

4. Принятие мер по обеспечению передачи субъектам малого предпринимательства не завершенных строительством и пустующих объектов, нерентабельных и убыточных предприятий на льготных условиях;

5. Разработка и принятие мер по обеспечению субъектам малого предпринимательства возможности для первоочередного выкупа арендуемых ими объектов недвижимости с учетом вложенных в указанные объекты средств.

Федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации осуществляют меры по расширению участия субъектов малого предпринимательства в экспортно-импортных операциях, реализации программ и проектов в области внешнеэкономической деятельности и в международных выставках и ярмарках.

Размер, порядок и условия компенсации расходов, связанных с поддержкой внешнеэкономической деятельности, устанавливаются договором между малым предприятием и соответствующим государственным или муниципальным фондом поддержки малого предпринимательства. Упомянутый фонд уже рассматривался выше, однако автор предлагает более подробно изучить данный институт.

Фонд поддержки - это некоммерческая организация, которая создается в целях финансирования программ, проектов и мероприятий, направленных на поддержку и развитие малого предпринимательства путем аккумулирования бюджетных средств, средств, поступающих от приватизации государственного и муниципального имущества, доходов от собственной деятельности, добровольных взносов физических и юридических лиц, в том числе иностранных, доходов от выпуска и размещения ценных бумаг, а также доходов, получаемых по процентам от льготных кредитов, выделенных на конкурсной основе субъектам малого предпринимательства. Фонд поддержки малого предпринимательства является юридическим лицом.

Порядок выделения средств из государственных и муниципальных фондов поддержки малого предпринимательства предоставления за счет этих средств гарантий субъектам малого предпринимательства устанавливается фондами при наличии технико-экономических обоснований программ, проектов и мероприятий в области малого предпринимательства.

На территории Красноярского края государственная поддержка малому бизнесу осуществляется в следующих формах:

- Государственные программы
- Поддержка экспорта

- Обучение/менторство
- Финансовая помощь

Также предоставляются бесплатные консультации, на сайте подробно расписаны все этапы создания своего бизнеса и варианты помощи от государства.

Таблица 2 – Варианты оказываемой господдержки малому бизнесу

Форма	Вариант помощи
Финансовая помощь	1. Денежные субсидии (58800 т.р. от центра занятости и другие) 2. Субсидия в размере 70% от затрат на бизнес, но не более 300 000 рублей. обучение (на безвозмездной основе или с частичным покрытием расходов); 3. Гранты 4. Льготный лизинг
Обучение/менторство	Стажировки Консультации
Поддержка в ведении бизнеса	1. Бизнес-инкубаторы (возможность снять хороший офис за символическую плату); 2. Льготный/бесплатный аутсорсинг (внешнее бухгалтерское и/или юридическое обслуживание);
Поддержка в продвижении бизнеса	1. Льготное/бесплатное участия в выставках и ярмарках

В рамках программы средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего предпринимательства, при условии софинансирования расходов со стороны региона. Такой подход позволяет в дополнение к средствам федерального бюджета привлекать финансовые средства регионов, а также стимулировать регионы к реализации более активной политики в сфере поддержки предпринимательской деятельности. В реализации программы задействованы все регионы страны.

## 1.2 Состояние мебельной отрасли в России и регионах

Мебельная промышленность в России относится к одной из важнейших подотраслей лесопромышленного комплекса которая, обеспечивает выпуск жизненно необходимых товаров народного потребления. Российская мебельная промышленность долгое время была защищена высокими импортными пошлинами. И в отсутствие конкуренции она развивалась не очень эффективно. Для нового рынка характерна высокая конкуренция между российскими и зарубежными производителями мебели, а также

вытеснение с российского рынка продукции мелких предприятий. Можно выделить несколько этапов развития рынка:

Таблица 2 – Этапы развития рынка Мебели в России

Этап	Основные изменения
До конца 80-х годов XX века.	Значительный удельный вес ручного труда, низкая квалификация работающих, высокий физический и моральный износ привели к тому, что по технологическим параметрам, объему и качеству выпускаемая предприятиями мебель не соответствовала запросам потребителей. Ситуация усугублялась тем, что в стране отсутствовало отечественное машиностроение по производству специализированного оборудования для мебельной промышленности.
Начало 90-х годов XX века.	Ситуация резко изменилась. Многие фирмы обанкротились, оставшиеся фирмы изменили свою тактику и стратегию. Появился большой выбор не только моделей мебели, но и технологий, материалов, комплектующих, из которых эта мебель может быть изготовлена.
Период с 2000-2008 гг.	Рынок активно развивается, растет объем мебельного производства. Реализация мебельной продукции увеличивалась ежегодно в действующих ценах в среднем на 23%.
В 2009 году.	Мировой кризис сказался и на российском мебельном производстве. Цены выросли, в стоимостном выражении объемы продаж в стране снизились. Негативное влияние на мебельную промышленность оказали такие факторы, как: ухудшение условий кредитования, снижение темпов строительства и покупательской способности.
2010 год	Началось восстановление рынка. По итогам года выросло внутреннее производство, а также объем импорта. Объем рынка вырос до докризисного уровня.
2011 год	Объем рынка вырос еще на 11% по сравнению с 2010 г. и превзошел докризисный уровень. Активно развивается сегмент серой мебели.
2012 год	Наблюдались самые высокие темпы роста рынка. В стране увеличился объем строительства жилищного фонда, как следствие увеличился объем производства российской мебели. Но вместе с тем, в стране увеличилась доля дешевого импорта, что привело к обострению конкуренции.
2013 год	В стране произошел спад на рынке мебельного производства, как в стоимостном, так и в натуральном выражении. Ввоз мебели снизился на 1,6% по сравнению с 2012 г., но его удельный вес составил 42%.

## Окончание таблицы 2

2014 год	Объем импорта увеличился на 23%. Снижение курса рубля привело к потребительской панике и часть спроса на мебель 2015 года была реализована в конце 2014 года. Однако за счет роста курса \$ цены зарубежных поставщиков перестали быть конкурентными и самим иностранцам продажи на рынке стали не выгодными, особенно это касается мебели премиум-класса.
2015 год	Изменение курса доллара привело к повышению стоимости мебели на 20-30%. По прогнозам аналитиков, в 2016-2017 году ожидалось падение рынка.
2016 -2017 г.	К началу 2017 году в России в сфере мебельного производства занято почти 6000 компаний. Лидерами по числу производственных предприятий и суммарной доле рынка выступают Центральный и Приволжский округа. Здесь же располагаются крупнейшие в России мебельные фабрики, занятые выпуском мебельной продукции всех наименований.

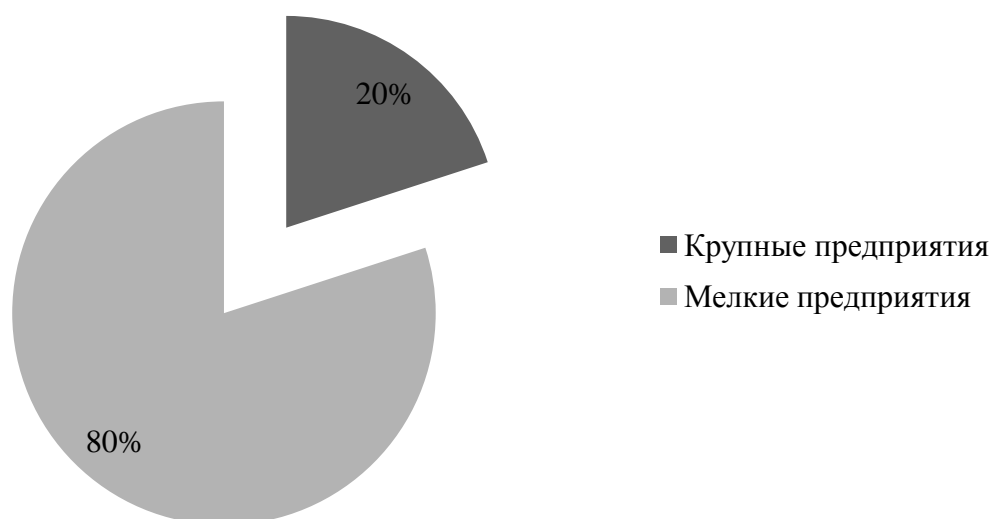


Рисунок 1 - Структура предприятий мебельной промышленности России по их типу, начало 2017 г [1]

Для оценки состояния мебельной отрасли в России необходимо посмотреть динамику производства мебельной продукции. Так по данным Росстата индекс производства мебели в марте 2017г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года составил 111,1%, в I квартале 2017г. - 101,3%. Данный факт свидетельствует о стабильном росте производства мебельной продукции в России.

Таблица 3 – Динамика производства мебели в России на 2016-2017 г [36]

Квартал	В % к	
	соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему периоду
	2016г.	
Январь	65,5	55,3
Февраль	88,0	132,6
Март	101,6	116,4
I квартал	85,0	76,5
Апрель	80,0	85,6
Май	103,6	98,8
Июнь	101,4	112,1
II квартал	93,9	105,7
I полугодие	89,4	
Июль	96,2	100,7
Август	110,0	117,7
Сентябрь	110,7	103,1
III квартал	105,8	122,2
Январь-сентябрь	95,0	
Октябрь	110,0	101,8
Ноябрь	114,4	100,2
Декабрь	87,8	87,0
IV квартал	103,5	104,8
Год	97,3	
2017г.		
Январь	95,2	59,9
Февраль	97,5	116,8
Март	111,1	118,1
I квартал	101,3	64,5

Таблица 4 - Производство отдельных видов мебели в России 2016-2017 гг. [36]

Виды мебели	Март 2017г., тыс. штук	В % к		I квар- тал 2017г.
		марту 2016г.	февралю 2017г.	
Мебель металлическая для офисов, млн.рублей1)	938	107,8	109,0	95,4
Мебель кухонная прочая	73,5	119,4	90,9	139,8
Столы кухонные, для столовой и гостиной	290	155,8	138,4	140,5
Шкафы кухонные, для спальни, столовой и гостиной	617	139,4	123,3	125,6
Матрасы пружинные	158	77,5	114,0	79,8
Кровати деревянные	121	98,7	113,7	98,1

Данная таблица показывает в общем положительную динамику развития мебельной промышленности в 2016 и начале 2017 года. также наблюдается сезонность производства. Продажи увеличиваются в весенний «праздничный» период (февраль, март) и в осенний (сентябрь, октябрь).

Исходя из данной таблицы видно, что наибольшую часть производства занимают металлическая мебель для офисов и корпусная мебель (шкафы кухонные, для спальни, столовой и гостиной).

Региональные производители представлены в основном предприятиями среднего и малого бизнеса. До сих пор в провинциях встречается мебель низкого качества, произведенная в полукустарных условиях, однако спрос на такую мебель падает благодаря тому, что качественная продукция становится более доступной среднему покупателю.

Меньше всего производителей мебели зарегистрировано в Дальневосточном и Северо-Кавказском округах. Основная часть мебельной продукции поставляется сюда из соседних округов, а также из-за рубежа (основные поставщики – Китай и Турция).

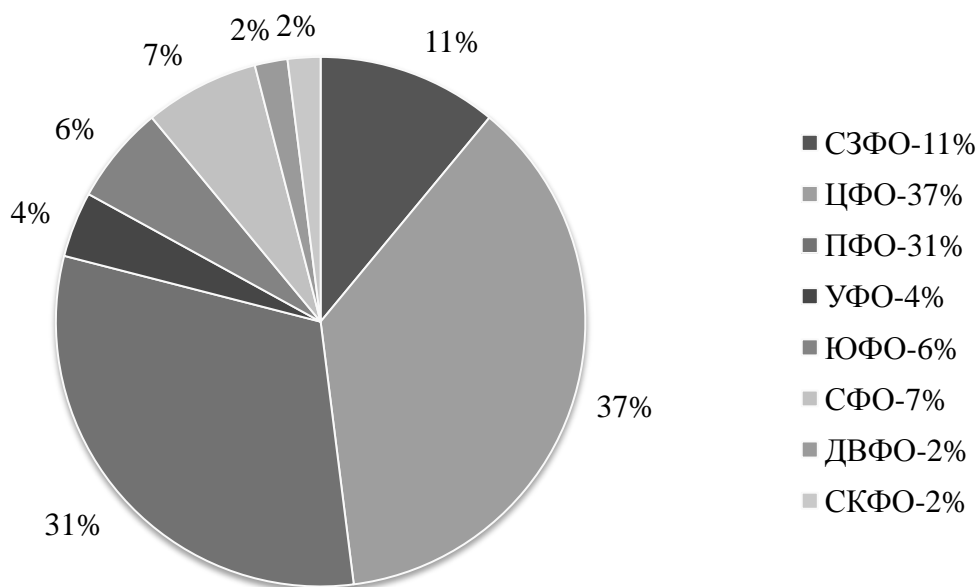


Рисунок 2 – Доли регионов в общем производстве мебели на территории России, с 2015-2016 гг.

Российский мебельный рынок – один из самых конкурентных: на нем представлены как крупные фабрики, изготавливающие мебель серийно, так и мелкие предприниматели, работающие по индивидуальным заказам. Потенциал развития отрасли довольно велик, но спрос на мебель у россиян остается на низком уровне (в сравнении с европейскими странами). Объем мирового мебельного рынка превышает 200 млрд. евро в год, а доля РФ в нем меньше 1%.

Несмотря на ежегодное появление десятков новых игроков на мебельном рынке, около 65% рынка мебели принадлежит отечественному производителю

По данным Росстата, 35% продаж приходится на сегмент корпусной мебели и предметов обстановки для прихожих и комнат, спальни и гостиные занимают от 10 до 15% и примерно 20% от продаж приходится на офисную мебель.

Самым рентабельным является производство технологически сложных гостиных и спален, а также офисной мебели. На рентабельность мебельного производства влияют современное оборудование и эффективность его работы и в большей мере используемое сырье и материалы. Особо необходимо выделять расходы на заработную плату и налоги, а также транспортные издержки по доставке сырья для производства мебели и отгрузку готовой продукции. Российские мебельщики видят перспективы доминирования мебели импортного производства заканчивается: за последние 10 лет уровень производства в России серьезно вырос [32]. Важно, что в условиях кризиса, когда сама экономика создает запретительные меры для товаров иностранного производства, крупнейшие российские поставщики мебели стремятся сохранить уровень цен.

Рынок мебели чувствует себя лучше всего, нежели другие отрасли, связанные с зарубежными поставками. Преимущество есть у крупных игроков, которые имеют доступ к дешевому финансированию и могут обеспечить ввод новых мощностей и инвестиций в производство. Тенденцией рынка можно считать наращивание производства мебели под заказ. [33] Так, купить в Крыму мебель от производителя под заказ оказывается дешевле для клиента – мелкие предприниматели обращают внимание на спрос и редко делают ее впрок. Емкость мебельного рынка за последние годы не изменилась и по-прежнему оценивается в 700 млрд рублей в год. Особенностью российского рынка является высокая конкуренция, где присутствуют как крупные, так и мелкие производители. Мебельные салоны, которые еще полтора года назад занимались продажей только европейской мебели, меняют ассортиментную политику в сторону российского производителя. И хотя дорогой сегмент мебели более устойчив к экономическим потрясениям, он значительно сокращается, вынуждая продавцов сокращать свою маржу.

Срок окупаемости среднего производства в 2-3 года считается хорошим показателем. Единственным шансом получить быструю прибыль – предложить потребителю принципиально новый продукт, которого до сих пор на рынке не было. Второй вариант – малое производство мебели под заказ, которое не интересно солидным предприятиям.

Общая расстановка сил на российском мебельном рынке не меняется уже несколько лет: крупные компании с собственными торговыми центрами, дилерской сетью и сетью франчайзи, прочно удерживают позиции ведущих игроков отрасли. По прогнозам аналитиков, перспектива развития есть



только у крупных региональных производителей, мелкие компании будут поглощены или работать «под спрос» в узкопрофильной нише, не представляющей интерес для больших корпораций.

Вопрос «выживаемости» бизнеса зависит от соблюдения качества, быстрого выполнения заказов и гибкости ценовой политики. Крупные производители делают ставку на поток, поэтому мелким фирмам остаются только индивидуальные заказы.

Мебельный рынок РФ делится на три основных сегмента: мебель для дома (70% от общего объема рынка), офисная мебель (20% от общего объема рынка) и специализированная мебель для учебных заведений, больниц, ресторанов, складских помещений и т.п. (10% от общего объема рынка).

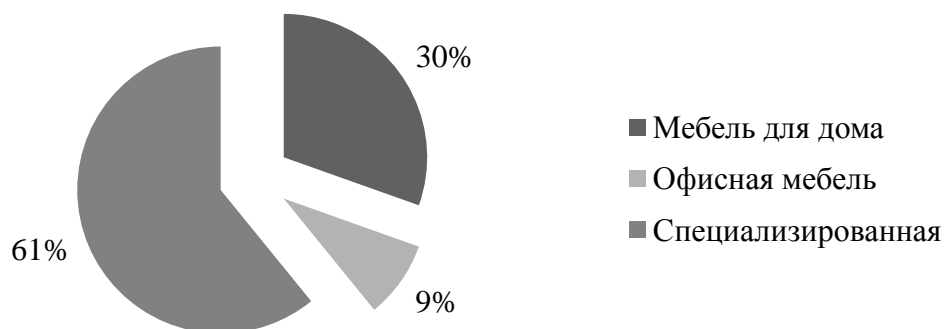


Рисунок 3 – Сегменты рынка мебели РФ за 2016 г[1]

Рынок мебели для дома, можно также разделить на три больших сегмента: корпусная мебель, мягкая мебель и кухонная мебель. Больше половины (60% доля в сегменте) от общего объема занимает корпусная мебель. К данному сегменту относятся: гостиные, спальни, детские, прихожие, кабинеты. Мягкая мебель: диваны, кресла (23% доля в сегменте), Кухонная (17% доля в сегменте).

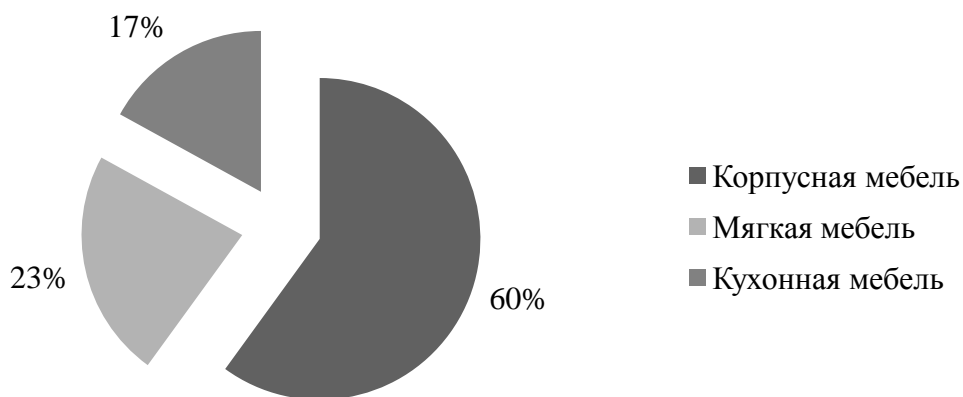


Рисунок 4- Структура рынка мебели РФ для дома за 2016г

Мебель производится согласно ценового сегмента:

- Рынок недорогой мебели (эконом-класс); 40%
- Рынок мебели среднего класса; 40%
- Небольшой сегмент мебели премиум- класса, состоящий из компаний, которые предлагают только дорогое комплексное решение пространства. 20%

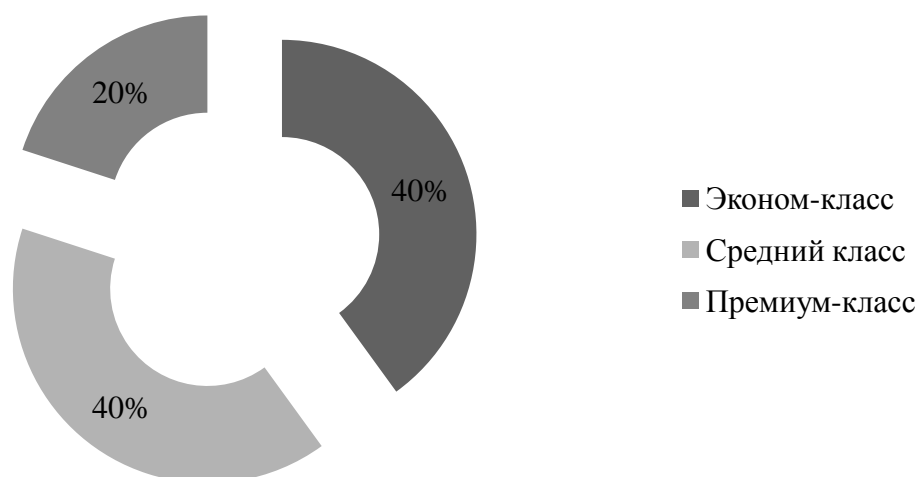


Рисунок 5 – Структура мебельного рынка РФ по ценовому сегменту за 2016г

Рынок производства изделий из дерева можно разделить:

- Производство декоративных деревянных комплектующих к мебели;
- Производство предметов интерьера;
- Производство деревянных сувениров (как сопутствующий вид производства для достижения оптимизации использования сырья - безотходного производства)

На российском рынке широко представлены производители мебели из различного сырья: деревянной мебели, пластиковой мебели и мебели со стальными деталями. Российский рынок деревянной мебели активно растет с 2010 года. На российском мебельном рынке по статистическим данным представлено около 5000 компаний, изготавливающих мебель из дерева. Из них только около 15 относятся к крупным игрокам с объемами производства, превышающими 1 млрд., руб./год. Около пяти сотен предприятий с объемами 0,3-1 млрд., руб./год относятся к среднему бизнесу. Основная масса производств сосредоточена в Центральном преимущественно в Москве, Московской области, Ярославской и Рязанской областях, и Приволжском федеральных округах, на долю которых приходится более половины суммарного объема производства по стране.

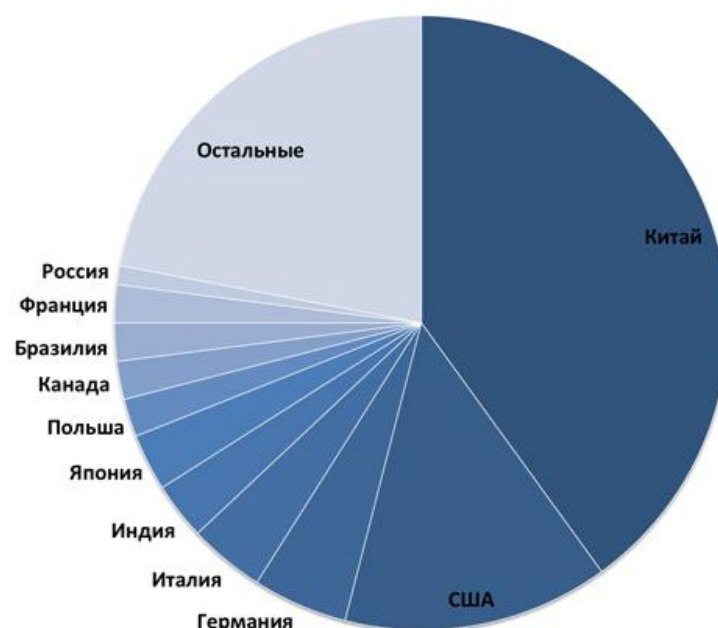


Рисунок 6 – Структура мирового производства мебели на 2015г

По данным Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, в 2016 г. соотношение мебели на российском мебельном рынке было таково: 45,7% приходилось на мебель, изготовленную российскими предприятиями, а 54,3% – на долю иностранных производителей. В нише средней ценовой категории российские предприятия конкурировали с производителями из Польши и Прибалтики, а в высшей – с компаниями из Италии, Испании, Франции и Финляндии. Согласно данным ФТС России, в январе–ноябре 2013 г. импорт мебели в Россию составил \$3073,7 млн. Из них \$2685,3 млн пришлось на продукцию из стран дальнего зарубежья.

По оценке Росстата, ввоз мебели на территорию России с января по сентябрь 2015 г. снизился на 1,6% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. При этом импорт из стран дальнего зарубежья снизился на 3%. Существенный рост поставок отмечается лишь из Белоруссии. По данным Национального статистического комитета Белоруссии, за период с января по ноябрь 2015 г. по позиции "Прочая мебель для сидения с деревянным каркасом" объемы поставок в Россию увеличились на 18,8% и на 15,1% выросла их стоимость, поставки кухонной деревянной мебели увеличились на 14,1% по объему и 24,8% по стоимости. Объем экспорта деревянной спальной мебели вырос на 4,9%, а его стоимость – на 9,2%. Мебель, ввозимая из Белоруссии, в основном относится к сегменту дешевой мебели (1,8 евро/кг). В целом в этом сегменте, по данным Росстата, за первые три квартала 2015 г. объем поставок вырос на 30%, что увеличило долю такой мебели на российском рынке с 4% до 15%. Импорт дорогой мебели, напротив, сократился на 5,6%. Отмечаемое снижение импортных поставок на

мебельный рынок России в 2015 г. связано с резким повышением объема поставок в 2014 г.

Таблица 5 - Импорт мебели в Россию за 2013-2017 год [34]

Вид продукции	2013 (млн долларов США)	2014(млн долларов США)	2015(млн долларов США)	2016(млн долларов США)	2017 Январь- март(млн долларов США)
Импорт Мебели и мебельных принадлежностей в Россию, всего	4673,0	4 282,4	2 372,1	2 003,6	360,4
в т. ч. Продукция из стран дальнего зарубежья	4106,2	3696,3	1 995,2	1 745,7	304,7
Из СНГ	561,2	585,0	376,9	258,0	55,7

Из данных Росстата видно, что количество импортной продукции сжижается с каждым годом. В сравнении с 2013 годом импорт мебели и мебельных принадлежностей в 2016 году снизился более чем на 50%. Данный факт свидетельствует о том, что действуют меры, предпринимаемые государством о ужесточении процесса ввоза мебельной продукции на территорию России, а также об увеличении количества предприятий, занимающихся производством мебели.

Традиционно лидерами среди стран–поставщиков мебели на российский рынок были Италия и Германия, значимыми экспортерами также являлись Польша, Испания, Финляндия, Швеция, Белоруссия. Однако в период с 2000 по 2011 гг. наиболее высокими темпами стал развиваться российский импорт мебели из КНР. Ситуация изменилась, по объему поставок Китай вышел на первое место, Италия оказалась на втором, Белоруссия на третьем. Поставки из этих стран превышают 50% общего объема ввоза мебели в Россию. Поставки мебели из Китая, по данным Росстата, с января по сентябрь 2013 г. выросли на 1,1%, составив 24% от общего объема импорта. При росте российского производства мебели на 2% в 2014 г. отмечалось увеличение объемов импорта на 23%. В результате доля ввозимой на российский мебельный рынок продукции в 2014 году выросла на 5 п. и составила более 57%. В стоимостном выражении доля импорта практически не изменилась: как в рублевом, так и в долларовом эквиваленте зафиксировано снижение примерно на 0,3 п. относительно уровня 2013 г. В 2014 г. наблюдалось увеличение объемов импорта дешевой мебели в Россию. Как и предполагалось, постепенное снижение таможенных пошлин,

происходящее в рамках вступления России в ВТО, открывает больше возможностей для поставок мебели стоимостью до 1,8 евро за 1 кг брутто массы. Именно в этом сегменте мебели произойдет основное снижение таможенной пошлины. На момент присоединения России к ВТО таможенная пошлина на этот вид мебели составляла 0,75 евро за 1 кг брутто-массы, а к 2018 г. этот показатель должен составить 0,23 евро за 1 кг брутто-массы. Лидерами по объему поставок мебели в Россию являются Китай, Беларусь и Украина. Доля этих трех стран в общем объеме российского импорта мебели в натуральном выражении по итогам 2014 г. составила 63,7%. Импорт мебели в Россию на протяжении последних двух-трех лет растет гораздо более высокими темпами, чем объем производства. Вследствие такой динамики импорта его удельный вес на российском рынке, как уже было отмечено, достаточно быстро рос и по итогам 2015 г. превысил 57% от общего объема рынка.

Динамика экспортных поставок за последние три-четыре года, по оценкам экспертов, наоборот, была отрицательной. "Так, в 2013 г. было вывезено мебели наполовину меньше, чем в 2010 г. Это сказалось и на доле экспорта в производстве – в 2013 г. было экспортировано лишь немногим более 8% произведенной в России мебели. В целом объем экспорта за 9 месяцев 2013 г., по данным Росстата, составил \$117,465 млн, что на \$5,3 млн меньше показателя аналогичного периода 2012 г.

Объем поставок снизился как в страны дальнего зарубежья (на 7,6%), так и в страны СНГ (11,4%). В итоге экспорт отечественной мебели приближается к уровню 2012 г., благодаря существенному росту поставок мебели в Белоруссию (на 40%). По данным Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, после значительного снижения объема экспортных поставок в 2012 г. (на \$75,5 млн) в 2013 г. поставки российской мебели также продолжили падать. На динамику экспортных и импортных поставок также влияет постепенное снижение таможенных пошлин после присоединения России к ВТО. До этого пошлина на мягкую мебель составляла 15% и 20% – на каркасную.

В связи с членством в ВТО в течение шести лет пошлины будут постепенно сокращаться до 10,8–5%, при этом основное снижение, как отмечают эксперты, коснется таможенных ставок на импорт недорогой мебели, которые к 2018 г. будут понижены более чем в три раза, относительно ставки, действовавшей на момент вступления. По итогам 2014 г. экспорт мебели из России вырос почти на 20% в годовом исчислении. Основными драйверами роста экспорта являются мягкая мебель, а также матрасы и матрасные основы. Именно эти группы товаров в 2014 г. имели самые высокие темпы роста по отношению к уровню 2013 г. Поставки офисной мебели российского производства продемонстрировали слабую положительную динамику (+2,3% к уровню 2013 г.), в сегментах кухонной и спальной мебели динамика экспорта была отрицательной.

Опережающие темпы роста экспорта мебели по отношению к динамике объемов производства сформировали рост доли мебели, производимой для экспорта в общем объеме производства. Так, если в 2012–2013 гг. этот показатель составлял порядка 8,5–9%, то по результатам 2014 г. доля экспортных поставок увеличилась до 10,5%. Рост производства в 2014 г. в России в натуральном выражении был ниже аналогичного показателя в импорте и экспорте мебели. Основной рост производства происходил за счет увеличения выпуска мягкой мебели, а также матрасов и матрасных основ – 11,5 и 15% соответственно. Снижение объема производства зафиксировано в сегменте мебели для офиса (-6,1%) и в сегменте столов и стульев (-10%). Объем производства мебели в России в стоимостном выражении (в ценах производителей) по итогам 2014 г. вырос на 14% относительно 2013 г. Столь высокий показатель отражает в себе как рост объема производства в натуральном выражении, так и увеличение средних цен: +11,3% к уровню 2013 г., тогда как на протяжении 2010–2013 гг. увеличение средней цены производителей не превышало 4,5%.

Положительная динамика развития российского мебельного рынка обусловлена ростом импорта. В 2013 г. продолжилось уменьшение объема экспортных поставок, что, в свою очередь, было связано также с тенденцией удешевления импортной продукции. При этом благодаря вступлению России в ВТО и снижению таможенных ставок доля импортной продукции на рынке увеличится. Это, в свою очередь, приведет к усилению конкурентной борьбы между зарубежными и отечественными производителями, а также вытеснению с российского рынка продукции мелких предприятий. Этому способствует принятие в России с 1 июля 2014 года регламента эмиссии формальдегида на уровне E 0,5, который характеризуется содержанием формальдегида не больше 4 мг на 100 г сухой плиты и которому смогут соответствовать только крупнейшие производители мебели, имеющие свои смоловарни. Создание своих смоловарен ведет как минимум к удорожанию сырья, и как следствие, к повышению стоимости мебельной продукции. Подобный норматив предусмотрен Техническим регламентом "О безопасности мебельной продукции". Данный технический регламент (с окончанием переходного периода 01.03.2016 года) обеспечит свободное перемещение выпускаемой на территории Таможенного союза мебельной продукции, что с одной стороны предоставит определенные возможности по увеличению российского экспорта, а с другой стороны создает риск потери доли национального рынка. Также определенную угрозу развития российской мебельной промышленности создает вступление Казахстана в ВТО, что в худшем варианте развития событий откроет свободный доступ третьих стран к российскому рынку через ЕАЭС.

Многие российские производители мебели считают данный регламент неоправданно строгим. Снижение выделения формальдегида на уровне норматива E0,5 возможно лишь при изменении используемых при производстве древесно-плитной продукции связующих и композиций

пропиточных составов. Однако в России год от года существует острая нехватка формальдегидных смол, которые сейчас в основном импортируются. Возникает угроза увеличения теневого сегмента мебельного рынка России, куда перейдут многие мелкие компании, которым будет не под силу соответствовать принятому регламенту. В настоящее время, сертификат соответствия на древесно-стружечную плиту класса эмиссии формальдегида E0,5 в соответствии с нормами ВТО имеют лишь девять предприятий отрасли: ООО "Кроношпан", ООО "ИКЕА Индастри Новгород", "Электрогорскмебель", ОАО "Дятьково-ДОЗ", ООО "Сыктывкарский ФЗ", "Волгодонский ДОК", ООО "Эггер Древпродукт Гагарин", ООО "Эггер Древпродукт Шуя", ЗАО "Череповецкий ФМК".

В целом, по мнению экспертов, рынок мебели в России продолжает расти в основном за счет импорта дешевой мебели, в которой увеличивается доля Китая и других стран. Рост курса доллара и евро по отношению к рублю, начавшийся во втором полугодии 2014 г. и продолжающийся по сей день, неминуемо отразится и на мебельном рынке. По некоторым оценкам, от изменения курса доллара зависит не менее 20% стоимости мебели. Соответственно, при увеличении курса доллара на 10% стоит ожидать дополнительного роста стоимости не менее чем на 2%. Учитывая, что на 2015 г. средний курс на уровне 60 руб. за \$1, увеличение цены только благодаря росту стоимости валюты составило не менее 11%. Снижение эмиссии возможно лишь с помощью замены используемых сейчас древесных плит на древесные плиты класса E0,5, стоимость которых выше, а объемы производства в России невысоки (немногие производители древесных плит выпускают соответствующие плиты). Изменение курса доллара и вступление в силу нового регламента вызвало резкое изменение стоимости мебельной продукции – в 2015 г. увеличение средней стоимости мебели для потребителей составило 20–30% по отношению к 2014 г. Значительное изменение стоимости мебельной продукции отразится и на объеме розничных продаж.

В 2016 году ожидается падение рынка на 15–20%. Снизится рентабельность, так как цены на материалы будут расти вместе с курсом, а рынок не позволит поднимать цены на мебель таким же образом. Больше всего пострадает импорт. С рынка вымоет игроков, которые в последние годы работали в убыток. Рынок будет быстро консолидироваться — успешные компании начнут ещё активнее увеличивать свою рыночную долю.

Для лучшего понимания складывающейся ситуации на рынке стоит обратиться к данным кризиса 2008–2009 гг. Динамика развития розничных продаж мебели в докризисный период 2005–2007 гг. была значительно выше, чем в 2010–2013 гг., ежегодные темпы прироста составляли порядка 20–30%. Темпы роста средней розничной цены при этом были на уровне 8–10% в год. Однако в 2008 г. и в 2009 г. темпы роста средних потребительских цен составили 18 и 14% соответственно.

Рост цен, а также кризисные явления в экономике страны привели к снижению объема продаж мебели в 2009 г. в стоимостном выражении на 2% к 2008 г. В 2015 г., учитывая значительный рост цен на жилье, а также увеличение процентных ставок по потребительским и ипотечным кредитам, при росте средней потребительской цены на мебель на 20% можно ожидать нулевых или отрицательных темпов развития розничных продаж мебели в стоимостном выражении, что равносильно резкому снижению спроса в натуральном выражении. Однако резкий рост курса доллара и евро вызовет значительное увеличение стоимости импортной мебели, что создаст новые возможности для российских производителей и даст им возможность вернуть потерянную долю рынка.

Системный мониторинг за объемами ввоза импортной мебели по ведущим странам – экспортерам и их ассортименту позволит своевременно и аргументированно применять существующие меры нетарифного регулирования (в том числе и торговые барьеры в виде Технических регламентов) для защиты внутреннего рынка. Наряду с замедлением темпов роста экономики повышается уровень понимания того, что российский рынок нуждается в иностранных инвестициях.

Способность России решить этот вопрос и обеспечить низкие процентные ставки, которые позволят участникам рынка получить доступ к долгосрочному финансированию, станет ключевым фактором для будущего роста вплоть до 2020 г. В соответствии с соглашением, принятом в рамках присоединения России к ВТО, к 2018 г. пошлины на импорт снизятся до 12%, благодаря чему мебель в России станет более доступной.

Выдержать конкуренцию с импортными фирмами будет непросто. И дело не только в качестве производимой ими продукции, ее стоимости т.п. Дело еще и в том, что иностранные компании, в отличие от российских, в производстве активно используют технологические отходы. Например, компания ИКЕА из сращенной древесины, которую уже нельзя использовать для изготовления корпусной мебели, производит ящики, этажерки и многое другое. Кроме того, конкуренция с иностранными производителями обостряется еще и тем, что российские предприятия, в отличие от, например, китайских компаний, не могут дать дешевой закупочной цены ритейлерам. И прежде всего это обусловлено постоянно растущей стоимостью сырья, транспортными расходами и регулярно увеличивающимися тарифами на коммунальные услуги. Также растут цены на плиту, которая в мебельной промышленности является главным конструкционным материалом. В силу дороговизны практически престала использоваться при производстве мебели фанера. И единственным выходом в данной ситуации может быть только восстановление лесозаготовительной промышленности России. Увеличение импорта происходит вместе со снижением его стоимости. Итогом такой тенденции стала конкуренция импортёров с российскими предприятиями мебельной промышленности не только по ассортименту, но и по цене.



Наряду с повышением эффективности производства предприятий, испытывающих дефицит отечественного сырья при наличии свободных производственных мощностей, стратегии реструктуризации, кроме привлечения масштабных инвестиций в повышение технического и технологического уровня, должны сводиться к созданию вертикальных снабженческих цепочек, созданию устойчивой оптово-розничной сети дистрибуции. Нужны практические мероприятия по формированию региональных сетей мебельных центров.

Российский мебельный рынок очень фрагментирован, здесь доминируют местные производители, которые выступают в качестве розничных продавцов. Усиливается конкуренция как на национальном, так и международном уровне. Крупные международные сети, такие как Leroy Merlin, АШАН, ZARA, H&M, расширяют свой ассортимент в области обустройства дома. Кроме того, наблюдается тенденция активного развития шоу-румов с наглядным обустройством помещений/комнат и улучшенным уровнем сервисного обслуживания.

Таким образом, можно характеризовать российский мебельный рынок как большой, быстрорастущий и достаточно открытый, а российскую мебельную промышленность как совершившую значительный шаг вперёд благодаря инвестициям в техническое перевооружение, всё более активному использованию импортного оборудования, материалов и фурнитуры. Также было выявлено, что наибольшую часть производства мебели в России занимают мелкие предприятия, а лидером среди регионов является ЦФО (37%) от общего производства мебели. Замечена тенденция к снижению импорта мебельной продукции, что является благоприятным фактором для местных производителей. Отечественные мебельные предприятия ориентированы на удовлетворение внутреннего спроса, при этом и его удаётся насыщать лишь частично. Поэтому сегодня как никогда необходима консолидация сил всех участников мебельного рынка по поддержке отечественной мебельной промышленности.

### **1.3 Анализ факторов развития малого бизнеса в сфере производства мебельной продукции**

Работа мебельной промышленности полностью зависит от сложившихся условий для участников рынка. Одной из главных проблем для российских мебельщиков – это приход большого количества иностранных производителей на российский мебельный рынок, что связано с присоединением России к ВТО. Величина годового объема продаж зарубежной мебели, по данным министерства экономического развития и торговли (МЭРТ), в стране составляет 45-47% от общего годового объема продаж мебели. Выдержать конкуренцию российским производителям достаточно непросто. И здесь дело касается не только качества производимой ими продукции, но также ее стоимости.

Практически половина всех организаций, которые работают в такой промышленности, имеют собственные производственные базы. Занимать лидирующие позиции на рынке удаётся именно тем фирмам, которые способны контролировать не только производство мебели, но и её сбыт. Они постоянно выпускают новые модели корпусной мебели, учитывая потребительский спрос и финансовые возможности всех потенциальных покупателей. Не обходят стороной данную отрасль и инновационные технологии, модернизация производства, использование новых качественных материалов, а также эффективные методы труда.

Импортёры же рассматривают российский мебельный рынок как перспективный и производят расширение освоенных ранее его сегментов. Они работают успешно и гибко (табл.6).

Таблица 6 – Факторы развития малого бизнеса в сфере производства

Факторы, оказывающие влияние на величину спроса на мебельную продукцию	Факторы, оказывающие влияние на результаты текущей деятельности мебельной компании
Изменения реальных располагаемых доходов населения	Уровень цен
Модные тенденции	Появление новых технологий производства
Стремление населения к ЗОЖ и выбор более натуральных материалов	Износ оборудования
Сезонность рынка	Разработка новых материалов
Частота замены мебелировки среди населения	Замедление развития деревообрабатывающего комплекса
Изменения темпов жилищного строительства	Наличие систем сбыта
Присоединение России к ВТО	Изменения в налоговом законодательстве
Факторы, оказывающие влияние на инвестиционную активность мебельного предприятия	Факторы, влияющие на рост добавленной стоимости
Курс валют	Необходимость постоянной модернизации производственных мощностей
Инвестиционная политика	Ужесточение конкуренции
Рост цен на плиту (главный конструкционный материал в мебельной промышленности)	Высокая стоимость сырья
Близкое расположение к Китаю	Высокие транспортные расходы
Экономический кризис	Увеличение тарифов на коммунальные услуги
Уровень инфляции	Изменения в налоговом законодательстве
Преорететные направления государственной поддержки малого бизнеса	Государственное регулирование конкуренции отрасли
Экономическая ситуация в стране	Нехватка специалистов
Условия получения долгосрочных кредитов и их обслуживание	Новые товары

Развитие малого бизнеса в сфере производства мебельной продукции обуславливается большим количеством факторов. Для удобства они были разделены на:

1. Факторы, оказывающие влияние на величину спроса на мебельную продукцию
2. Факторы, оказывающие влияние на результаты текущей деятельности мебельной компании
3. Факторы, оказывающие влияние на инвестиционную активность мебельного предприятия
4. Факторы, влияющие на рост добавленной стоимости

Рассмотрим данные факторы более подробно. Так к факторам, оказывающим влияние на величину спроса на мебельную продукцию отнесены:

- Изменения реальных располагаемых доходов населения

Данный фактор определяет величину платежеспособного спроса. По данным Euromonitor доля домохозяйств, располагающих годовым доходом свыше 15 тыс. долл. в России по результатам 2012-го оценивается на уровне 66%, а к 2017-му, по прогнозу Euromonitor, достигнет 80%.

Таблица 7 - Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации в 2012-2017гг.

Год		2012	2013	2014	2015 <sup>1)</sup>	2016	2017
В среднем за год		26629	29792	32495	34030	367462	
В среднем за кварталы	1	24407	27339	30057	31566	34000	36664
	2	26547	30245	32963	34703	37404	
	3	26127	29578	31730	32983	35744	
	4	30233	33269	35685	36692	39824	

По данным этой таблицы видно, что зменения реальных располагаемых доходов населения имеют положительную тенденцию, что увеличивает спрос на мебельную продукцию.

- Модные тенденции

Изменения в стиле потребления товаров длительного пользования, в том числе, мебели. Сейчас в России появляется всё больше людей, которые при покупке мебели руководствуются не только функциональностью того или иного предмета мебели. Потребителей стала привлекать мебель с качественными визуальными характеристиками, отвечающая требованиям современности и не похожая на то, что было представлено на российском рынке в советские и постсоветские времена.

- Стремление населения к ЗОЖ и выбор более натуральных материалов

Все больше и больше людей начинают задумываться о качестве материалов в окружающей их мебели, важность качества и безопасности материалов для клиентов увеличивается с каждым годом. По данным журнала Nomify на 2016 год именно натуральные материалы находятся на пике популярности [22]. В связи с этим многие фирмы начали акцентировать внимание на производстве мебели из эко-материалов. Коммуникационные сообщения, содержащие информацию о натуральности и безопасности используемого сырья все чаще появляются в просторах интернета. Это говорит о том, что данный аспект пользуется большой популярностью у потребителей и может являться конкурентным преимуществом компаний.

- Сезонность рынка

Российский мебельный рынок подвержен влиянию сезонности. Выделяют два пика продаж:

1. «Осенний пик», который приходится на октябрь.

2. Период «Высокого сезона», который приходится всегда на конец года.

В остальные месяцы розничные продажи стабильно распределяются до уровня среднегодовых продаж.

- Частота замены мебелировки среди населения

Как было уже сказано ранее в России наблюдается изменение стиля потребления товаров длительного пользования. Данный факт сопровождается избавлением от старых стереотипов. Если в советское время поведение покупателей определялось постулатом, что мебель нужно покупать на длительный период («на века»), то сейчас лишь 20 человек из 100 готовы покупать мебель на длительный срок.

По результатам исследования маркетингового агентства ZOOMmarket сегодня многие готовы сменить мягкую мебель через 4 года эксплуатации, корпусную - через 5. Наиболее часто обновляются детские комнаты – каждые 2-3 года. Мебель для ванной, кухни и спальни – раз в 5-7 лет[36].

Таблица 8 – Физический износ мебели на 2016гг [38]

Наименование предметов движимого имущества		Износ за 1 год эксплуатации
Комнатная жесткая мебель:	- из ценных пород дерева	5%
	- из древесностружечных плит, облицованных шпоном	12%
Комнатная мягкая и полумягкая мебель, а также мебель для прихожих, холлов, коридоров		15%
Кухонная мебель (обеденные столы, сервировочные столики, табуретки, барные стулья, кухонные уголки, обеденные стулья, столы-книжки, кухни, обеденные группы, и.т.д)		12%

Уменьшение срока замены мебельной продукции говорит о увеличении спроса на данную продукцию.

- Изменения темпов жилищного строительства

Большое количество потребителей отмечают, что в основном приобретают мебель по причине переезда в новую квартиру, исходя из этого можно выдвинуть гипотезу, что изменение темпов жилищного строительства напрямую будет влиять на спрос на мебельную продукцию. Для подтверждения гипотезы представлена сводная таблица вводимых в действие жилых домов за 2010-2016гг.

Из данных таблицы видно общую тенденцию к увеличению ввода в действие жилых домов, в 2014-2015гг наблюдается пик строительства жилых домов, но в 2016 году произошел резкий спад стройтреста. Логично предположить, что данный факт должен повлиять на рынок мебели. Для этого были изучены данные о спросе на мебельную продукцию за 2009-2016 гг.

Таблица 9– Ввод в действие жилых домов в Российской Федерации за 2010-2016гг (миллионов квадратных метров общей площади жилых помещений)

Годы	Всего построено	в том числе		Удельный вес в общем вводе, процентов	
		населением за счет собственных и заемных средств	жилищно-строительными кооперативами	жилых домов населения	жилых домов жилищно-строительных кооперативов
2010	58,4	25,5	0,3	43,7	0,6
2011	62,3	26,8	0,4	43,0	0,6
2012	65,7	28,4	0,3	43,2	0,4
2013	70,5	30,7	0,5	43,5	0,7
2014	84,2	36,2	0,4	42,7	0,4
2015	85,3	35,2	0,6	41,2	0,7
2016	80,2	31,8	1,0	39,6	1,2

В конце 2014 – начале 2015 года на рынке мебели наблюдался рекордный уровень продаж: покупатели боялись девальвации и скупали товары длительного пользования (мебель, бытовую технику, электронику и т.д.). С тех пор потребительский спрос падает: в 2015 году объем продаж мебели в России сократился на 9,9% по сравнению с 2014 годом, составив 419,8 млрд рублей. В 2016 году объем розничных продаж продолжил снижение – он упал на 5,3% (до 397,6 млрд рублей). Конечно падение спроса было вызвано большим количеством факторов, но одним из них является рост строительства жилых домов в России.

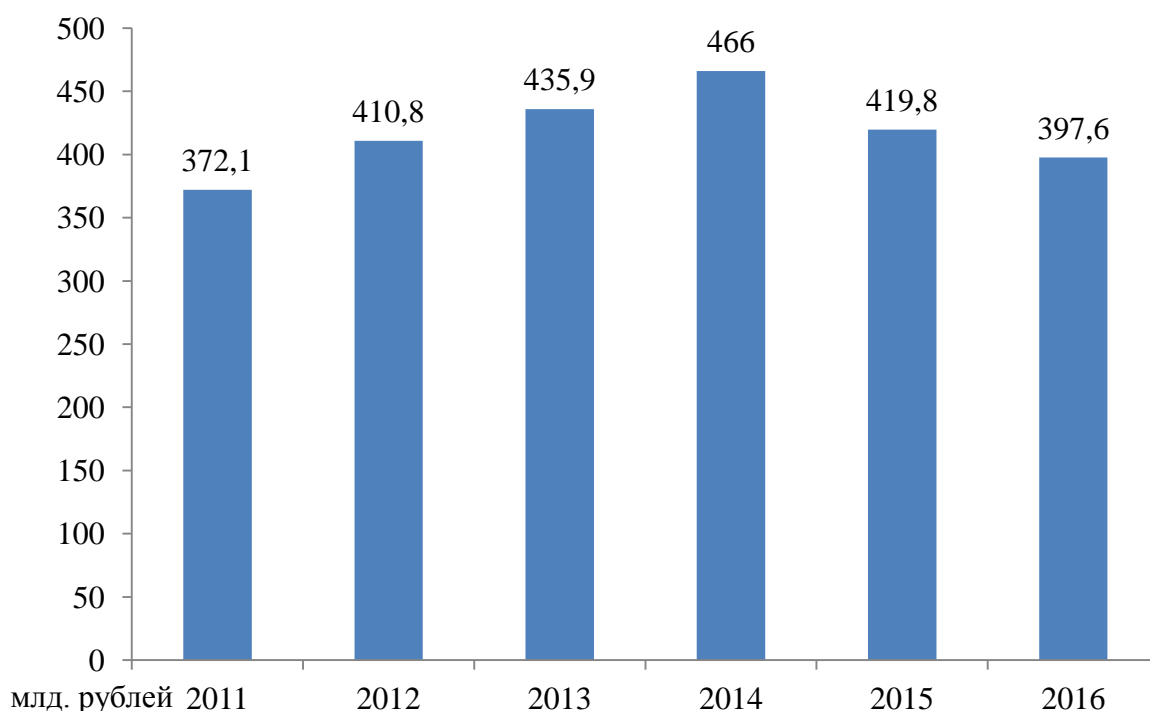


Рисунок 7 – Динамика объема розничных продаж на рынке мебели России за 2011-2016 г г

#### - Присоединение России к ВТО

В России спрос на мебель из года в год растет, производительность российских компаний также увеличивается, а продажи с 2009 по 2012 г. в натуральном выражении выросли на 107,7 млрд руб. Однако в связи с вступлением России в ВТО и изменением импортных пошлин отечественные компании рискуют потерять до 15% рынка.

До кризиса рынок мебели рос значительными темпами. По данным Росстата, в 2008 г. в этом сегменте было произведено товаров на общую сумму 113,5 млрд руб. Из них офисная мебель составила 12,4 млрд руб., а мебель для дома – 101 млрд руб. (доля кухонной мебели – 15 млрд руб.). Экономическая рецессия больно ударила по российским производителям, и в 2009 г. производство мебели сократилось до 89 млрд руб. Из них доля офисной мебели составила 8,8 млрд руб., то есть чуть менее 10%. А на долю мебели для дома пришлось 80 млрд руб. (доля кухонной мебели – 12,1 млрд руб.). По оценкам компании «Экспресс-обзор», в 2009 г. выпуск офисной мебели в России относительно 2008 г. сократился почти на треть. Помимо снижения спроса на треть и сокращения объемов производства была отмечена коррекция ассортимента в пользу мебели эконом-класса. Производители стремились снижать цены при сохранении качества выпускаемой продукции.

Вследствие ухода с рынка части мелких производителей произошла консолидация рынка. Некоторые компании сосредоточились на сегменте

мебели для дома, падение спроса на которую, по данным компании «Диваны и кресла», было не таким большим. Наряду с сокращением производства произошло уменьшение импорта. Особенно сильно сократились поставки из Белоруссии и Китая. Кроме того, в объеме импорта снизилась доля дешевой мебели.

Таблица 10 – Производство мебели в России 2010-2011г

Показатель	2010	2011
Производство мебели в России	146 млрд руб	190,5 млрд руб
Из них офисной мебели	10,5 млрд руб	14,5 млрд руб
Мебели для дома	135,7 млрд руб	176,1 млрд руб
Деревянная мебель для дома и офиса	34,7 млрд руб	49,5 млрд руб
Кухонная мебель	13,2 млрд руб	17,9 млрд руб

В 2010 г. началось восстановление рынка. В 2010 г. импорт мебели в Россию составил \$2,6 млрд. Из них на долю стран СНГ пришлось \$338 млн, а на страны ЕС – чуть больше \$1 млрд. В 2011 г. рост производства мебели в России продолжился и достиг уровня в 190,5 млрд руб. В 2011 г. объемы продаж превзошли докризисный уровень. В 2011 г. импорт в Россию составил почти \$3 млрд. Из них из стран СНГ – \$443,5 млн, а из стран ЕС – \$1,4 млрд.

В I квартале 2012 г. мебельная промышленность работала в условиях стабильного спроса. В годовом исчислении спрос вырос на 17%. Причем наибольший рост производства – на 25% – произошел в сегменте офисной мебели. Возросший спрос оказал влияние на импорт, и поставки мебели в Россию увеличились до \$3,27 млрд. Из них на страны СНГ пришлось \$351,6 млн, а на страны ЕС – \$1,5 млрд. В 2013 г. с января по март в Россию было импортировано мебели на сумму \$750 млн. Из них на страны СНГ пришлось \$91 млн, а на страны ЕС – \$301 млн.

После присоединения России к ВТО начали действовать новые правила на ввоз мебели в страну, и импорт продукции возрос. По мнению экспертов, за два года российские производители могут потерять до 15% рынка. По мнению Сергея Карбовского, в ближайшие два года объемы импорта мебели могут вырасти на 20%. «Рынок будет более насыщенным и конкурентным, – полагает эксперт. – Уйдет часть небольших производителей, которые все еще не могут подстроиться под новые условия. Для крупных производителей и продавцов мебели сильных

Факторы, оказывающие влияние на результаты текущей деятельности мебельной компании.

- Уровень цен

Общая тенденция в ценообразовании по всей мебельной отрасли характеризуется неуклонным снижением цен на все виды мебели отечественного производства.

Снижение цен возможно будет происходить и в дальнейшем. Безжалостный рынок постепенно отбирает сверхприбыль операторов. По слухам, рентабельность на некоторых производствах кухонь доходит до 25%.

Можно видеть, что на российском мебельном рынке представлено очень большое количество дифференцированных товаров разных ценовых категорий, направленных на потребителей различных социальных слоёв населения. По этим признакам этот рынок легко можно отнести к модели монополистической конкуренции.

- Появление новых технологий производства

Использование новых технологий в производстве мебели, позволит повысить качество и сократить время производства. Альтернативным вариантом более экономичного производства и снижения себестоимости продукции является использование технологических отходов для их вторичной переработки. Это не только существенно минимизирует затраты ресурсов, но и способствует их рациональному распределению, а также экологическому состоянию окружающей среды.

Важно следить за динамикой технологических изменений, так как существует угроза потери рынка, если немного отстать от существующих тенденций.

Анализ технологической составляющей макросреды позволяет своевременно перестроиться на производство и реализацию технологически перспективного продукта, а также вовремя отказаться от устаревших используемых технологий.

- Износ оборудования

Известно, что любая техника со временем выходит из строя или становится устаревшей по своему функционалу. При этом заменять оборудование необходимо не лишь при их выходе из строя, но и когда появляется более современное оборудование. Это даст возможность сэкономить большие суммы на ремонте техники и старых машин и получить более безопасное и быстрое производство. Хорошо с данными процессами знакомы специалисты в сфере экономики и бухгалтерского учета

- Разработка новых материалов

Во время кризиса мода вносит свои коррективы в мебельное производство. Самые востребованные современные дизайнеры назвали самые актуальные материалы для производства мебели на последующие 3 года. Среди названных материалов лидирующую позицию занимают стекло и пластик, так как использование данного сырья позволяет удешевить производство, как следствие выпускать доступные массовые товары. Наступило время стекла, обладающего мистической притягательностью. Со стеклом легко работать, используя разную технологию: стекло льют, прессуют, выдувают. Пластик податлив, ему можно придать практически любую форму, он сделает всё, чего вы от него хотите. Использование современных технологий производства позволяет добиться экологической безопасности изделий из пластика.



Не сдает своих позиций натуральное сырье такое, как дерево и текстиль. Древесина — особенный материал: живой, тёплый и фактурный. Вне зависимости от породы. Достоинство ткани – multifunctionality и колоссальные возможности. Также были названы такие материалы, как: полимерная древесина для 3D печати и керамика.

Использование новых, более современных и технологичных товаров позволит улучшить конкурентоспособность компании.

На рынке появились ткани, которые поддаются мойке обычной тряпкой, а также ткани, которые влагостойкие и стойкие к загрязнениям.

- Замедление развития деревообрабатывающего комплекса

Развитие деревообрабатывающего комплекса в России оказывает большое влияние на производство мебели так-как является поставщиком необходимого сырья.

Как видно из данных таблицы производство имеет неустойчивый характер, то понижается, то повышается, но в общем виде имеет тенденцию к снижению, что говорит о том, что предприятиям приходится закупать сырье за границей.

Таблица 11 – Производство основных видов деревообработки в России за 2010-2015 гг.

Виды деревообработки	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Лесоматериалы, продольно распиленные или расколотые, разделенные на слои или лущеные, толщиной более 6 мм; шпалы железнодорожные или трамвайные деревянные, непитанные, млн. м <sup>3</sup>	21,9	22,6	21,2	21,7	21,5	22,0
Фанера клееная, состоящая только из листов древесины, тыс. м <sup>3</sup>	2697	3063	3201	3329	3569	3657
Плиты древесностружечные и аналогичные плиты из древесины и других одревесневших материалов, тыс. условных м <sup>3</sup>	5467	6531	6778	6638	6822	7207
Плиты древесноволокнистые из древесины или других одревесневших материалов, млн. условных м <sup>2</sup>	404	464	469	427	469	502
Оконные блоки, млн. м <sup>2</sup>	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9	0,7
Дверные блоки, млн. м <sup>2</sup>	10,8	10,4	13,6	15,5	13,2	12,1
Домики садовые и постройки хозяйственные приусадебные и детали и изделия деревянные для них, тыс.шт.	3,5	2,4	6,8	18,3	19,1	10,5

- Наличие систем сбыта

В практике используются множество различных маркетинговых технологий сбыта продукции в розницу:

- Розничные продажи в небольших магазинчиках;

- Розничные продажи в мебельных центрах;
- Розничные продажи в сети магазинов;
- Розничные продажи в интернете;
- Альянс между разными игроками (Крупные мебельные предприятия, имеющие собственные торговые сети, готовы продавать в своих магазинах продукцию малых и средних компаний);
- Меблировка «под ключ» офисных новостроек, гостиниц и предприятий общепита.

Особенностью работы мебельной розницы является тот факт, что многие торговые точки, как небольшие магазины, так и крупные сетевые салоны, работают «под заказ». Такая схема действует, когда мебельные предприятия не имеют склада готовой продукции. Если же покупатель выбирает зарубежный шкаф или диван, то это изделие торговая компания заказывает у производителя.

Для оптовой продажи хорошо подходят:

1. Участие в выставках;
  2. Торговое представительство
- Изменения в налоговом законодательстве

Существует риск изменения системы налогообложения для предприятия, введение дополнительных выездных проверок на производстве предприятия, что негативно может повлиять на рабочий процесс всей компании. Имеет средний уровень важности для компании так-как риски возникновения кардинальных нововведений не высоки По данным сети Консультант плюс, нововведения на этот год затрагивают в основном оформление документов и проведение контроля квалификации работников (пп. 23 п. 1 ст. 264 НК РФ).

Факторы, оказывающие влияние на инвестиционную активность мебельного предприятия

- Курс валют

Мебельный рынок очень зависим от курсовых показателей: большинство комплектующих приходится закупать за рубежом. Это одновременно является драйвером и торможения, и роста. Кризисная ситуация последних двух лет мотивировала игроков оптимизировать производство и адаптировать лучшие практики западных рынков. Кроме того, если в премиум-сегменте фурнитуры от ведущих производителей с мировыми именами отечественному рынку нечего противопоставить, то в категории «средний минус» он составляет западному хорошую конкуренцию.

Валютные колебания, последовавший за ними рост цен на товары и услуги, падение доходов россиян и снижение потребительского спроса скорректировали стратегии многих игроков. Им пришлось заняться оптимизацией производственных процессов, обновить ассортимент, усовершенствовать брэндинг и программы лояльности — всё это положительно повлияло на эффективность отечественного мебельного рынка. Инвестиционная политика

- Рост цен на плиту (главный конструкционный материал в мебельной промышленности)

По экспертным оценкам, в ближайшие два-три года объёмы производства ДСП превысят объёмы потребления, что явится сдерживающим фактором роста цен на основной конструкционный материал для производства мебели. На рынке плит МДФ ситуация не столь радужная. Ожидать баланса между спросом и предложением можно не ранее 2015 года. В ближайшие годы дефицит тонких древесно-волоконистых плит сохранится на прежнем уровне.

19-20 марта ВНИИДРЕВ провёл в Обнинске международную научно-практическую конференцию «Состояние и перспективы развития производства древесных плит». На конференции была представлена динамика производства всех видов плит, а также прогнозы развития отечественного рынка плитных материалов.

Подотрасль древесных плит, входящая в состав отечественного лесопромышленного комплекса, развивается в настоящее время быстрыми темпами. Это вызвано, прежде всего, приходом на российский рынок таких крупных профильных зарубежных компаний, как Kronostar, Kronospan, Pfleiderer и Egger. За 4 года они ввели в действие 9 линий ДСП и плит МДФ суммарной мощностью около 3 млн. куб. м в год и планируют установить ещё 4 линии мощностью до 1,5 млн. куб. м в год. Ряд других зарубежных фирм заявили о намерении построить заводы общей мощностью более 2 млн. кубометров плитных материалов в год. Вот лишь некоторые из инвестиционных проектов:

- завод плит OSB на 450 тыс. куб. м в год в Вологодской области (финская фирма «Киммене» (UMP-Kymmene) совместно с группой «Свеза»);
- завод ДСП на 150 тыс. куб. м в год в Сыктывкаре (итальянско-российское предприятие «Леском-ДСП»);
- завод плит МДФ на 150 тыс. куб. м в год в Хабаровском крае (малайзийская фирма);
- заводы плит OSB и ХДФ общей мощностью 400 тыс. куб. м в год в Томской области (несколько китайских компаний);
- заводы плит OSB на 570 тыс. куб. м в год в Амурской области и плит МДФ в Иркутской области (английская компания «Рашен Тимбе Групп» (Russian Timber Group);
- завод плит OSB на 300 тыс. куб. м в год в посёлке Мга Ленинградской области (Казахская лесопромышленная компания).

Строительство заводов древесных плит стало инвестиционно привлекательным в силу ряда благоприятных факторов: наличие доступного древесного сырья с относительно низкими ценами; сохраняющийся дефицит конкурентных плит на внутреннем рынке; умеренная стоимость рабочей силы; близость к внутреннему рынку сбыта, защищённому тарифами и высокими транспортными расходами; сохранившиеся таможенные пошлины на импорт древесных плит.

- Близкое расположение к Китаю

Рынок мебели в России продолжает расти в основном за счет импорта дешевой мебели, в которой увеличивается доля Китая и других стран. Данный факт говорит о том, что транспортировка из Китая является выгодной для российских производителей.

- Экономический кризис

В связи с кризисом падает платежеспособность населения и как следствие люди тратят деньги более избирательно, откладывая покупку таких товаров как мебель на более дальний срок, как следствие уменьшение срока обновления товара. Имеет среднее влияние на компанию. По данным мониторинга НИУ ВШЭ падение среднедушевого дохода населения за последние 2 года составило 13,2%. Но оценка данного фактора 2 так-как на 2016 год экономическая ситуация в стране стабилизировалась и влияние экономического кризиса снизилось, но страхи у населения по-прежнему остались.

- Уровень инфляции

Рублевая цена расходных материалов и сырья для производства мебели растет, что приводит к увеличению себестоимости товаров и как следствие уменьшается спрос. Имеет не высокое значение для компании, так как происходит постепенно и влияние не сильно заметно.

- Приоритетные направления государственной поддержки малого бизнеса

На 2017 год наиболее приоритетными направлениями с гарантией получения гос. поддержки в развитии малого бизнеса являются:

1. Область жк услуг;
2. Осуществление деятельности в области науки и техники;
3. Сфера торговли и сопутствующего сервиса;
4. Транспортные услуги;
5. Переработка древесины;
6. Осуществление предпринимательской деятельности в сфере пищевой промышленности.

Как следствие, ситуация в мебельной промышленности отличается нестабильностью: в результате как мирового финансового, так и внутреннего сырьевого кризиса. Таким образом, в сложившихся условиях отечественным предприятиям необходимо искать новые способы оптимизации своей деятельности на рынке.

Позиция в отрасли должна определять подход предприятия в целом к конкурентам и формировать его конкурентные преимущества, для обеспечения которого фирма должна сосредоточиться на одной базовой стратегии. Главным критерием выбора стратегии в современных условиях должна стать адаптация своих возможностей к конкретным условиям рынка. Для дальнейшего роста малым компаниям придется заняться поиском более узких ниш, в которых они имеют конкурентное преимущество, и

сконцентрироваться на достижении необходимых целей. Основные усилия компания должна сосредоточить на таком целевом рынке, для которого важны уникальные характеристики и особенности товара.

- Условия получения долгосрочных кредитов и их обслуживание

Банк, располагающий крупным уставным капиталом, может предоставлять долгосрочные кредиты. К долгосрочным кредитам относятся кредиты, сроки, погашения которых превышают 3 года. Они обслуживают потребности в средствах, для формирования основного капитала, финансовых активов, а также некоторых разновидностей оборотных средств. Это более рискованные ссуды, поэтому банк идет на долгосрочное кредитование, при разработке ссудной политики исходя из собственных соображений:

1. удержать отрасль как клиента;
2. получить дополнительную прибыль.

Объектами долгосрочного кредитования могут быть:

1. капитальные вложения предприятий на затраты по строительству, реконструкции и техническому перевооружению производственного и социального назначения;
2. приобретение техники, оборудования, транспортных средств и зданий;
3. создание совместных предприятий.

Долгосрочные ссуды выгодны мелким и крупным предприятиям. Заемщик может использовать долгосрочную ссуду, планируя погасить ее через несколько лет за счет реализации займа, выигрывая на разнице процентных ставок.

К целям долгосрочного кредитования относятся:

1. приобретение оборудования, необходимого для технического перевооружения, модернизации, расширения существующего и создания нового производства;
2. выполнение строительно-монтажных работ, связанных с возведением, реконструкцией или техническим перевооружением промышленных объектов;
3. строительство жилья всех типов, торговых, офисных, многофункциональных комплексов, объектов сферы здравоохранения, образования, искусства;
4. проекты в области дорожного строительства;
5. разработка месторождений полезных ископаемых с целью их коммерческой эксплуатации;
6. приобретение объектов недвижимости формирование оборотного капитала в рамках реализации инвестиционных проектов;
7. возмещение ранее понесенных заемщиком затрат.

Долгосрочное кредитование осуществляется на основании:

1. кредитного договора;

2. договора об открытии невозобновляемой кредитной линии; генерального соглашения об открытии рамочной кредитной линии.

Кредитный договор заключается с заемщиком при условии единовременного зачисления суммы кредита на расчетный или текущий валютный счет заемщика.

Невозобновляемая кредитная линия открывается для осуществления различных платежей, связанных с одним или несколькими контрактами и для покрытия потребностей в оборотном капитале. В договоре может быть предусмотрен график выборки кредита, также плата за резервирование ресурсов в случае несоблюдения заемщиком графика ресурсов.

Рамочная кредитная линия открывается заемщику в том случае, когда реализация инвестиционного проекта предполагает несколько этапов осуществления затрат или неоднократные поставки оборудования. Для оплаты отдельных поставок в рамках контрактов, а также финансирования различных этапов проекта заключается отдельный кредитный договор о невозобновляемой кредитной линии в рамках генерального соглашения об открытии рамочной кредитной линии.

Банк не принимает к кредитованию убыточные, низкорентабельные и некоммерческие проекты.

Процентная ставка устанавливается на договорной основе, на которую влияют следующие факторы:

1. издержки привлеченных средств;
2. степень риска;
3. срок погашения ссуды;
4. расходы по оформлению и контролю;
5. ставки других банков;
6. ставки на рынке ценных бумаг;
7. характер отношений между банками и заемщиком;
8. норма прибыли, которая может быть получена при инвестировании в другие активы.

Выдача долгосрочных ссуд может производиться единовременно или поэтапно по мере выполнения строительно-монтажных работ. Конкретные сроки и периодичность погашения долгосрочных ссуд зависят от следующих факторов:

1. окупаемость затрат;
2. платежеспособность, финансовое состояние и другие показатели заемщика;
3. кредитный риск;
4. необходимость ускорения оборачиваемости кредитных ресурсов;
5. другие факторы.

Банк осуществляет наблюдения за ходом строительства и целевым использованием ссуды. В случае нарушения договорных отношений банк применяет экономические санкции

Факторы, влияющие на рост добавленной стоимости

- Необходимость постоянной модернизации производственных мощностей

Рынок мебели постоянно развиваются, меняются технологии, что требует постоянной модернизации производственных мощностей и ведет к большим затратам.

- Ужесточение конкуренции

Конкуренция на мебельном рынке ужесточается с каждым днём - слишком много фирм занимается этим бизнесом.

Если раньше конкурентная борьба сводилась преимущественно к снижению цен на продукцию (порой откровенный демпинг) и проведению бесконечных акций со скидками до 30%, то теперь производители отказываются от таких методов. Один из мотивов: дальше снижать цены -- сделать производство нерентабельным.

- Высокая стоимость сырья и транспортировки

Рынок поставщиков материалов высококонкурентен. Поэтому вам необходимо регулярно отслеживать появление новых компаний для выбора наиболее привлекательных цен.

- Увеличение тарифов на коммунальные услуги

Увеличение стоимости коммунальных услуг будет идти вровень с предполагаемой инфляцией на 2017 год - эксперты Центробанка и минэкономразвития прогнозируют ее также на уровне четырех процентов.

При этом надо понимать, что суммы в платежках вырастут у всех россиян с 1 июля (тарифы в России повышаются один раз в год) не одинаково. Распоряжением правительства, опубликованным на официальном портале правовой информации, установлены максимальные значения индексации для каждого региона.

Самый низкий порог роста установлен в Северной Осетии - 2,5 процента, в Алтайском крае (3,2), Дагестане (3,3) и Кабардино-Балкарии (3,3). Самый высокий порог в Москве - 7 процентов, далее идут Санкт-Петербург, Якутия и Камчатский край (по 6 процентов). В большинстве регионов максимальное увеличение тарифов не должно превысить 3,4 процента. Это Белгородская, Калининградская, Калужская, Мурманская, Сахалинская, Тверская и другие области.

- Изменения в налоговом законодательстве

Существует риск изменения системы налогообложения для предприятия, введение дополнительных выездных проверок на производстве предприятия, что негативно может повлиять на рабочий процесс всей компании. Имеет средний уровень важности для компании так-как риски возникновения кардинальных нововведений не высоки По данным сети Консультант плюс, нововведения на этот год затрагивают в основном оформление документов и проведение контроля квалификации работников (пп. 23 п. 1 ст. 264 НК РФ)

- Государственное регулирование конкуренции отрасли

Государство берет на себя ответственность за создание равных условий для соперничества предпринимателей, для эффективной конкуренции. Имеет среднее значение для компании. За прошедший период Российским парламентом приняты пять федеральных законов: «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите прав потребителей», «О рекламе», «О естественных монополиях», «О государственной поддержке малого предпринимательства».

- Нехватка специалистов

В связи с быстро развивающимися технологиями производства возникает постоянная необходимость в кадрах, владеющих этими технологиями. Также на сегодняшний день на рынке труда наблюдается малое количество специалистов.

- Новые товары

Разработка новых, эксклюзивных товаров, позволяет удовлетворить больше потребностей потребителей. Имеет среднее значение для компании так как влечет за собой большие затраты не гарантирующие прибыль.

Эти факторы, как правило, и определяют современные реалии развития мебельных предприятий России [39].

Рост цен, а также кризисные явления в экономике страны привели к снижению объема продаж мебели в 2009 г. В стоимостном выражении на 2% к 2008 г. В 2015 г., учитывая значительный рост цен на жилье, а также увеличение процентных ставок по потребительским и ипотечным кредитам, при росте средней потребительской цены на мебель на 20% можно ожидать нулевых или отрицательных темпов развития розничных продаж мебели в стоимостном выражении, что равносильно резкому снижению спроса в натуральном выражении. Однако резкий рост курса доллара и евро вызовет значительное увеличение стоимости импортной мебели, что создаст новые возможности для российских производителей и даст им возможность вернуть потерянную долю рынка.

Мебельный рынок России будет развиваться и в условиях присоединения к ВТО при еще более жесткой конкуренции по новым правилам. "Как известно, до 2018 г. включительно ежегодно будут планомерно снижаться ввозные пошлины на мебель и ее части, в более короткие сроки снижаются пошлины на импортируемые древесные плитные материалы для мебели, – рассказывает эксперт.

Также, вероятно, планомерно будут расти и тарифы на продукцию естественных монополий, что приводит к росту затрат на производство продукции и транспортные расходы. Надо иметь в виду, что традиционные таможенно-тарифные меры защиты внутреннего рынка практически себя исчерпали в условиях ВТО". А поэтому, необходимо учиться у более опытных зарубежных игроков на рынке и у имеющих опыт отечественных производителей из других секторов экономики в решении вопросов сохранения конкурентного бизнеса. Системный мониторинг за объемами ввоза импортной мебели по ведущим странам – экспортерам и их



ассортименту позволит своевременно и аргументированно применять существующие меры нетарифного регулирования (в том числе и торговые барьеры в виде Технических регламентов) для защиты внутреннего рынка.

Наряду с замедлением темпов роста экономики повышается уровень понимания того, что российский рынок нуждается в иностранных инвестициях. Способность России решить этот вопрос и обеспечить низкие процентные ставки, которые позволят участникам рынка получить доступ к долгосрочному финансированию, станет ключевым фактором для будущего роста вплоть до 2020 г. В соответствии с соглашением, принятом в рамках присоединения России к ВТО, к 2018 г. пошлины на импорт снизятся до 12%, благодаря чему мебель в России станет более доступной. Выдержать конкуренцию с импортными фирмами будет непросто. И дело не только в качестве производимой ими продукции, ее стоимости т.п. Дело еще и в том, что иностранные компании, в отличие от российских, в производстве активно используют технологические отходы. Например, компания ИКЕА из сращенной древесины, которую уже нельзя использовать для изготовления корпусной мебели, производит ящички, этажерки и многое другое. Кроме того, конкуренция с иностранными производителями обостряется еще и тем, что российские предприятия, в отличие от, например, китайских компаний, не могут дать дешевой закупочной цены ритейлерам. И прежде всего это обусловлено постоянно растущей стоимостью сырья, транспортными расходами и регулярно увеличивающимися тарифами на коммунальные услуги. Также растут цены на плиту, которая в мебельной промышленности является главным конструкционным материалом. В силу дороговизны практически престала использоваться при производстве мебели фанера. И единственным выходом в данной ситуации может быть только восстановление лесозаготовительной промышленности России.

Увеличение импорта происходит вместе со снижением его стоимости. Итогом такой тенденции стала конкуренция импортёров с российскими предприятиями мебельной промышленности не только по ассортименту, но и по цене.

Наряду с повышением эффективности производства предприятий, испытывающих дефицит отечественного сырья при наличии свободных производственных мощностей, стратегии реструктуризации, кроме привлечения масштабных инвестиций в повышение технического и технологического уровня, должны сводиться к созданию вертикальных снабженческих цепочек, созданию устойчивой оптово-розничной сети дистрибуции. Нужны практические мероприятия по формированию региональных сетей мебельных центров. Считаю такое предложение вполне обоснованным, так как не во всех регионах нашей страны не полностью используется, пусть и невысокий, потенциал для развития мебельной промышленности.

Считается, пока будет сохраняться льготный режим, связанный со вступлением России в ВТО, отечественным предприятиям необходимо

создать мощный бренд «Российская мебель», воспитать лояльных к нему потребителей и создать отечественные торговые мебельные сети, которые по своему охвату, маркетингу, технологиям работы, предлагаемому уровню сервиса будут конкурентоспособны тем зарубежным сетям, которые уже есть и появятся на рынке России. На наш взгляд, только при соблюдении этого условия российские предприятия не превратятся в производственный придаток зарубежных предприятий, исчезнув как отрасль экономики, а сохранят и смогут полноценно развиваться, оптимизируя свой бизнес.

Российский мебельный рынок очень фрагментирован, здесь доминируют местные производители, которые выступают в качестве розничных продавцов. Усиливается конкуренция как на национальном, так и международном уровне. Крупные международные сети, такие как Leroy Merlin, АШАН, ZARA, H&M, расширяют свой ассортимент в област обустройства дома. Кроме того, наблюдается тенденция активного развития шоу-румов с наглядным обустройством помещений/комнат и улучшенным уровнем сервисного обслуживания.

## **2 Анализ рыночных возможностей в сфере производства мебельной продукции на региональном рынке Красноярского края**

### **2.1 Структурный анализ регионального рынка мебельной продукции Красноярского края**

Мебельный рынок Красноярского края – один из самых конкурентных: на нем представлены как крупные фабрики, изготавливающие мебель серийно, так и мелкие предприниматели, работающие по индивидуальным заказам. На территории Красноярского края по состоянию на апрель 2017 года существуют 353 организации занимающиеся производством мебели, что составляет 0,5 % от общего числа организаций края. Оборот данных компаний за январь-апрель 2017 года составил 666,8 млн. рублей [5]. Оценки основных тенденций развития рынка мебели в крае представлена в таблице 1.

Таблица 12 – Темп роста рынка мебели Красноярского края 2008-2015 гг.

Год	Объем рынка, млрд. руб.	Темп роста(баз.), %	Темп роста(цеп.), %	Темп прироста (баз.),%	Темп прироста (цеп.),%
2008	10	100%	100%	-	-
2009	7,7	77,00%	77,00%	-23,00%	-23,00%
2010	7	90,91%	70,00%	-9,09%	-30,00%
2011	7,5	107,14%	75,00%	7,14%	-25,00%
2012	8,3	110,67%	83,00%	10,67%	-17,00%
2013	9,3	112,05%	93,00%	12,05%	-7,00%
2014	11	118,28%	110,00%	18,28%	10,00%
2015	14	127,27%	140,00%	27,27%	40,00%

Рынок в течение последних пяти лет развивается, прирост к 2015 году составил 27,27%. Как видно на графике, тенденция рынка положительная – ожидается прирост объемов продаж мебели в ближайшие 2 года.

Можно сделать вывод, что в период с 2008 по 2015 год рынок мебели уверенно развивался. Общий прирост составил 27,27%. Объем рынка на конец 2015 год составил 14 млрд. рублей. Как видно на графике тренда, ожидается прирост в ближайшие 2 года. Рынок является совершенно-конкурентным. На конец 2015 года в России насчитывается 3268 мебельных фабрик

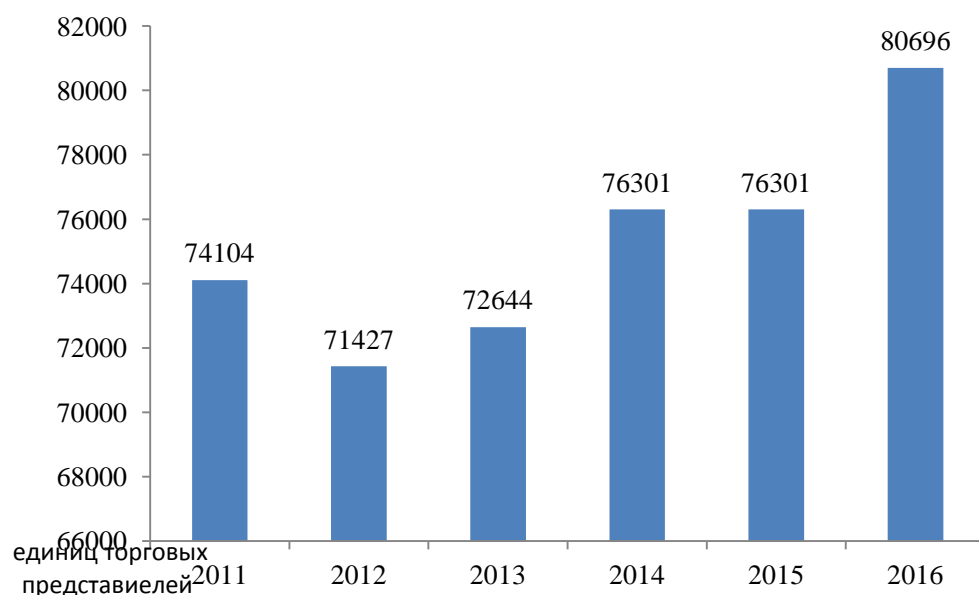


Рисунок 8 – Динамика количества торговых производителей на рынке мебели Красноярского края, 2011-2016гг.[13]

По результатам, представленным на рисунке 1, заметна тенденция роста количества предприятий занимающихся производством и организаций занимающихся только продажей мебели в Красноярском крае. Стоит заметить, что по данным Красстата число прибыльных организаций в % к общему числу организаций, занимающихся производством мебели (353 компании), составляет 100%

Таблица 13 - Распределение предприятий реализующих мебель по специализации на 2017 год

Уровень специализации	Количество предприятий	Удельный вес, %
Корпусная мебель	749	43,15
Детская мебель	275	15,84
Мебельные ателье (на заказ)	353	20,33
Плетеная мебель	13	0,75
Бескаркасная мебель	15	0,86
Мягкая мебель	331	19,07
Итого	1736	100,00

На сегодняшний день мебель в Красноярском крае продают более 1700 магазинов и мебельных салонов. Большая часть из них небольшие магазины, располагающие небольшим ассортиментом мебели местных производителей. Также крупные мебельные центры представляющие большой ассортимент мебели известных импортных производителей, а также мебельных фабрик Красноярского края. В их числе торговые мебельные центры Грамада, Командор, Семь слонов, Мебелев, Вавилон. Структура продажи импортной продукции представлена в рисунке 4.

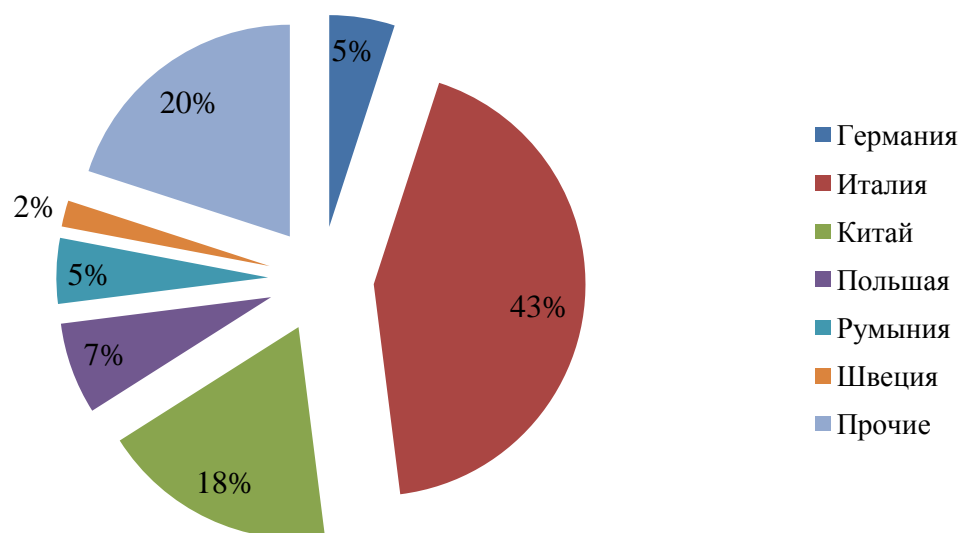


Рисунок 9 – Структура продажи импортной продукции в Красноярском крае за 2015 год [34]

Тройку лидеров занимают Германия, Италия и Китай. Пользуется спросом украинская и белорусская мебель [35], но отсюда же идет и большое количество «серого» импорта, как и из азиатских стран в восточные регионы.

Также в Красноярском крае присутствуют федеральные торговые сети такие как Шатура, Натали, Дятково, Евromебель, Коста Белла. Основная продукция в крупных торговых центрах принадлежит к ценовому сегменту эконом и средний. Дорогая элитная мебель зарубежных производителей представлена гораздо меньше и продается в таких салонах как Галерея Света, Room.

Что касается производства мебели, то на сегодня, более половины продаваемой продукции изготавливается в Красноярском крае, вторая половина – доставляет из других регионов страны [29]. Но за последние два года отмечается тенденция увеличения доли привозной мебели, в частности, корпусной. Это объясняется тем что транспортировка корпусной мебели гораздо дешевле мягкой мебели в виду размеров.

Среди красноярских производителей мебели самыми крупными являются: Браво, Гранд Мебель, Арт Мебель, Березовская мебельная фабрика.

По данным аналитиков [29], 35% продаж приходится на сегмент корпусной мебели и предметов обстановки для прихожих и комнат, спальни и гостиные занимают от 10 до 15% и примерно 20% от продаж приходится на офисную мебель. Самым рентабельным является производство технологически сложных гостиных и спален, а так же офисной мебели. На рентабельность мебельного производства влияют современное оборудование и эффективность его работы и в большей мере используемое сырье и

материалы. Особо необходимо выделять расходы на заработную плату и налоги, а так же транспортные издержки по доставке сырья для производства мебели и отгрузку готовой продукции. Как пишет "Российская Газета", российские мебельщики видят перспективы: доминирование мебели импортного производства заканчивается: за последние 10 лет уровень производства в России серьезно вырос. Важно, что в условиях кризиса, когда сама экономика создает запретительные меры для товаров иностранного производства, крупнейшие российские поставщики мебели стремятся сохранить уровень цен.

Именно рынок мебели чувствует себя лучше всего, нежели другие отрасли, связанные с зарубежными поставками. Преимущество есть у крупных компаний, которые имеют доступ к дешевому финансированию и могут обеспечить ввод новых мощностей и инвестиций в производство. Тенденцией рынка можно считать наращивание производства мебели под заказ. Так, купить мебель от производителя под заказ оказывается дешевле для клиента.

Емкость рынка мебели Красноярского края за последние годы не изменилась и по-прежнему оценивается в 700 млрд рублей в год. Особенностью рынка мебели Красноярского края является высокая конкуренция, где присутствуют как крупные, так и мелкие производители.

Рынок мебели считается очень конкурентным, но данные о степени концентрации рынка не известны. Для расчета степени монополизации рынка Красноярского края будет использован индекс Херфиндаля-Хиршмана. Данный показатель является лишенным недостатков коэффициентом концентрации, и именно поэтому выбор пал именно на него.

Общий объем выручки по всем предприятиям Красноярского края составил 1 954 260 000,00 (без НДС, акцизов и т д)

Для расчёта будут использованы следующие 50 крупнейших мебельных компаний Красноярского края. Более подробный анализ представлен в приложении А, результат изложен в таблице 14.

Таблица 14 – Результаты расчёта индекса Херфиндаля-Хиршмана

Показатель	Значение
2015, Выручка от продажи (за минусом НДС, акцизов), ед. RUB	1 954 260 000,00
ИНН	502,96

Индекс НН изменяется от цифры близкой к нулю и до 10000. Нулем никогда не может быть. При значении близком к нулю делается вывод о том, что в отрасли работает большое количество мелких фирм и уровень монополизации низкий. При  $H < 1000$  на рынке складывается полиполия, при  $НН=10000$  имеем дело с чистой монополией.

В нашем случае индекс Херфиндаля-Хиршмана показывает наличие полиполии на рынке мебели Красноярского края.

Мебельные салоны, которые еще полтора года назад занимались продажей только европейской мебели, меняют ассортиментную политику в сторону российского производителя. И хотя дорогой сегмент мебели более устойчив к экономическим потрясениям, он значительно сокращается, вынуждая продавцов сокращать свою маржу.

Не смотря на обилие компаний рынок мебели Красноярского края имеет большое количество барьеров входа и выхода:

1. Так для входа на рынок требуются инвестиции: примерно 60-70 тыс. долларов для открытия собственного цеха и свыше 150 тыс. долларов для открытия собственной фабрики, что является достаточно большой суммой, ограничивающей вход на рынок. Инвестиции в оборудование можно трактовать как необратимые издержки для фирмы: фирма вынуждена их оплачивать, даже если продукт не выпускается. Если действующая фирма обладает избыточными производственными мощностями по сравнению с величиной спроса, потенциальному конкуренту будет трудно проникнуть на рынок. Старая фирма при первой же угрозе входа может увеличить выпуск до уровня запретительного, а новая фирма потеряет величину необратимых издержек. Величина необратимых издержек служит барьером для выхода фирмы из отрасли: покидая рынок фирма теряет эти издержки. Чем выше уровень необратимых издержек, тем выше ожидаемые потенциальные потери в случае вынужденного ухода фирмы из отрасли, тем менее охотно фирма войдет в отрасль.

2. Не менее важны профессиональные знания в данной области и наличие квалифицированного персонала, который на данный момент является дефицитным на рынке труда.

3. Также не менее важным барьером является построение и контроль над сбытовой сетью. В последние годы наибольшее внимание уделяется следующим каналам сбыта:

- работа с дилерами в регионах;
- открытие своих магазинов (развитие собственной торговой сети);
- освоение возможностей интернета. В регионах это освоение происходит медленно. У большинства производителей нет даже самых обычных сайтов, на которых клиент имел бы возможность узнать хотя бы минимальную информацию о компании и о производимой ею продукции;
- участие в тендерах (которые проводят коммерческие структуры, а также государство) на изготовление мебельных изделий корпоративным клиентам;
- прямые продажи. В основном используются при реализации специализированной мебели.

Для функционирования компании важно не просто найти канал сбыта важно найти лучший, наиболее прибыльный. Данный факт дает большое преимущество уже существующим на рынке компаниям перед новыми.

4. Не менее важными барьерами являются получение авторских прав, выдача государством патентов и лицензий. Мебель может быть отнесена к объектам авторского права. Положения регулируются Законом «Об авторском праве и смежных правах».

Для того, чтобы мебель стала объектом авторского права, она, как и другие произведения искусства, должна соответствовать общим требованиям Закона к объекту авторского права. Во-первых, мебель должна являться результатом творческой деятельности. Во-вторых, существовать в любой из объективных форм.

Под результатом творческой деятельности подразумевается, что мебельное изделие должно иметь своего творца, то есть автора, и содержать определенные элементы оригинальности и новизны.

Под объективной формой понимают наличие эскизов, рисунков, чертежей или готовой мебели, которые и являются предметом авторских прав.

Первоначально авторское право появляется у автора или группы авторов, которые своим творческим трудом создали произведение. Исключением называются служебные произведения, то есть такие, которые были созданы автором, который состоит в трудовых отношениях и создание таких работ является результатом его трудовой деятельности. В этом случае, имущественные авторские права на все созданные произведения принадлежат работодателю. На протяжении жизни автора и еще 70 лет после его смерти действует авторское право. Защита мебели, которая является объектом авторского права, означает, что правообладатель имеет исключительное право копировать, воспроизводить и производить другие действия, касающиеся своего творения.

При незаконном использовании объектов авторского права, в том числе и мебели, нарушитель несет административную или уголовную ответственность. Чаще всего, в суд подаются иски о выплате компенсации за нарушение авторского права. Сумма, которую должен выплатить нарушитель, определяется в судебном порядке. Защитить авторское право на мебель не так и просто, так как потерпевшему необходимо доказать, что именно ему принадлежат авторские права. На предприятиях, с надлежащим делопроизводством это сделать проще. Сложность может возникнуть при оценке мебели, как объекта авторского права. Если же недобросовестный конкурент, частично скопирует мебельные образцы, внося в него свои изменения, доказать нарушения практически невозможно.

Защитить мебель от копирования можно с помощью соответствующего патента. Для этого в Патентное ведомство подается заявка, заявленный объект проходит государственную экспертизу для проверки соответствия критериям патентоспособности. После этого, объект регистрируется в соответствующем реестре, и данные публикуются в официальном источнике информации. Патент выдается только на технические решения, которые



используются в мебели. Примером могут служить различные механизмы и внутренние конструкции. Способ производства мебели также может охраняться патентом в качестве изобретения. Дизайн же мебели охраняется в качестве промышленного образца. Промышленный образец охраняется, если он является оригинальным и новым [2].

Стоит отметить, что на данный момент в Реестре промышленных образцов уже зарегистрированы всевозможные виды мебели. Это подтверждает тот факт, что данный институт защиты прав авторского права активно используется производителями для защиты своих экономических интересов.

Таблица 15 - Выдано патентов в Красноярском крае с 2009-2016 гг. на изобретение, единица, значение показателя за год

Регион	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Красноярский край	435	383	329	377	362	338	369	256

У барьеров, связанных с научно-техническими достижениями, есть не только правовая, но и экономическая составляющая. Их собственник обладает уникальными знаниями, которые недоступны конкурентам вне зависимости от правовых норм, а просто потому, что только изобретателю известны все детали новшества. Эти специальные знания ("ноу-хау") оберегают монополию изобретателя на новшество.

5. Породить монополию могут и определенные меры политики правительства. Так, мебель ввозимая из за границы занимала большую часть внутреннего рынка. Именно по это причине были приняты меры по увеличению таможенных пошлин на ввоз недорогой мебели. Таким образом увеличились таможенные ставки с 0,6-0,9 евро до 2 евро за килограмм. В настоящее время растаможивание мебели составляет 20% от таможенной стоимости. Для ввоза мебели на продажу также начисляется 18% НДС.

Таможенное оформление мебели может стать настоящей проблемой для не опытных компаний. Некорректное ведение дел может отрицательным образом сказаться на судьбе груза и стоимости растаможки мебели.

Также существуют случаи когда конкуренция принимает явно выраженный агрессивный характер, и с появлением новых видов товаров формируются новые сегменты рынка, проникновение на которые может принести высокую прибыль. В этих условиях более крупные предприятия, стремясь увеличить свою долю на рынке, действуют наступательно, скупая более мелкие предприятия, внедряя на них новые технологии и расширяя выпуск продукции под своей торговой маркой.

В силу большого количества барьеров перечисленных выше общая расстановка сил на мебельном рынке Красноярского края не меняется уже несколько лет: крупные компании с собственными торговыми центрами, дилерской сетью и сетью франчайзи, прочно удерживают позиции ведущих

игроков отрасли. По прогнозам аналитиков, перспектива развития есть только у крупных региональных производителей, мелкие компании будут поглощены или работать «под спрос» в узкопрофильной нише, не представляющей интерес для больших корпораций.

Вопрос «выживаемости» бизнеса зависит от соблюдения качества, быстрого выполнения заказов и гибкости ценовой политики. Крупные производители делают ставку на поток, поэтому мелким фирмам остаются только индивидуальные заказы.

Наибольшее преимущество и быстрое развитие получают компании с мощной торговой сетью, расположенной не только в мегаполисах и центральном регионе, а и по всей стране.

Рынок мебели Красноярского края очень быстро развивается, так с 2015 по 2016 год численность производственных предприятий увеличилась на 4 395, что является большим скачком в сравнении с предыдущими годами. На территории края преобладают предприятия, занимающиеся изготовлением корпусной мебели. Значение показателя концентрации говорит о наличии полиполии на рынке. Также было выявлено большое количество барьеров входа и выхода на данный рынок, что говорит о сложности для малого бизнеса.

## 2.2 Оценка потребностей целевых сегментов рынка мебельной продукции Красноярского края

Мебель будет всегда пользоваться спросом: она красива и предлагает множество дизайнов под любой интерьер. Кроме того, за счет использования различных материалов, производство можно удешевить, привлекая покупателей с различными потребностями и финансовыми возможностями.

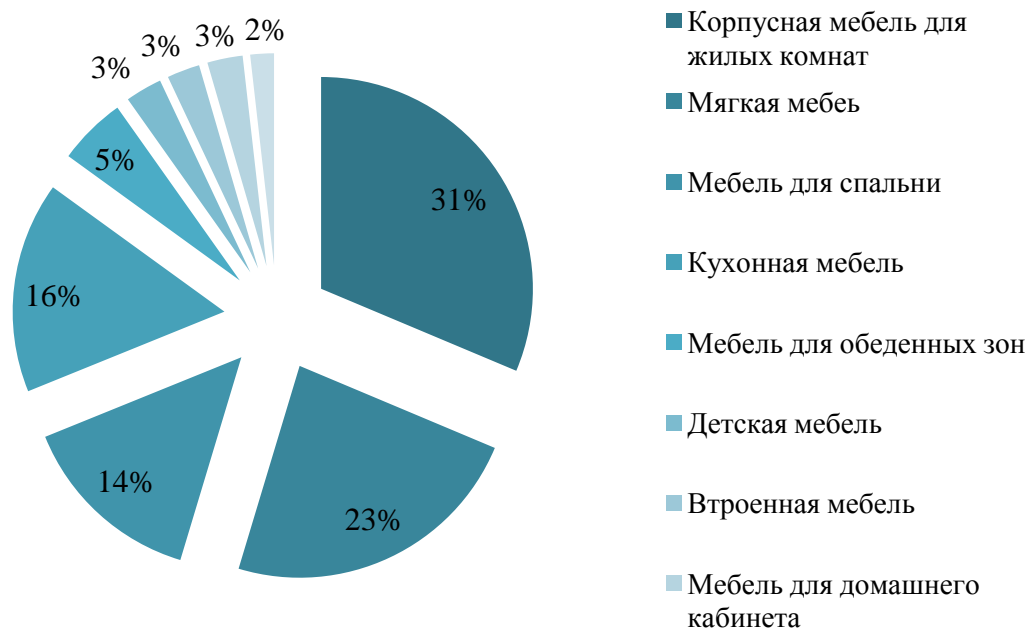


Рисунок 10 – Структура рынка мебели Красноярского края для дома [27]

Поскольку мебель — это категория семейного потребления, портрет покупателей мебели характеризуется общесемейными параметрами. Так, например, в тех домохозяйствах, которые покупают мебель, семьи зачастую больше (здесь и далее — данные за 2016 год): если половина всех российских домохозяйств состоит из 1–2 человек, то среди покупателей мебели 59% составляют, напротив, домохозяйства с численностью от 3 человек. На семьи с детьми в базе покупателей мебели приходится 49%, тогда как среди всех домохозяйств России доля таких семей меньше (41%) [29].

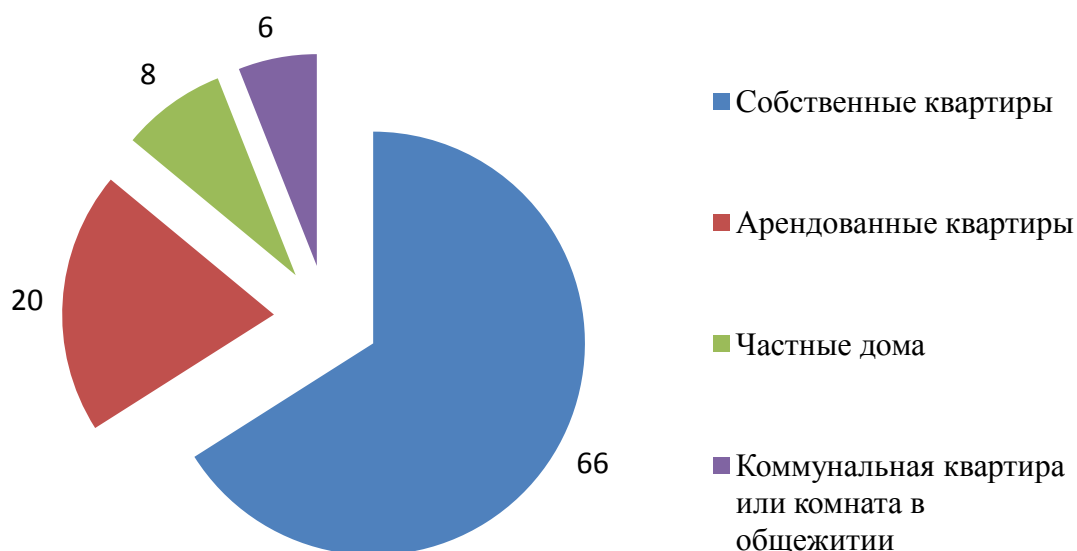


Рисунок 11– Жилищные условия покупателей мебели

Свыше половины (55%) семей Красноярского края — покупателей мебели проживают в своих нынешних домах достаточно долго — более 10 лет. Однако доля тех, кто сменил место жительства относительно недавно — менее 5 лет назад — среди покупателей мебели выше — 30% против 24% среди всех домохозяйств в целом [29]. Эта разница, по всей видимости, обеспечивается более частыми перемещениями людей, арендующих жилье и, соответственно, чаще покупающих ту или иную мебель.

Приемлемая стоимость товара довольно важна для тех, кто относит себя к среднему и более высокому классу (45%), однако для семей с менее обеспеченным материальным положением этот фактор куда как важнее (57%)[29].

На противоположном полюсе находим марку производителя и страну производства — факторы, которые одинаково мало определяют выбор мебели покупателями с любым уровнем доходов. Их считают значимыми лишь 9% семей с небольшими доходами и 12% более обеспеченных клиентов[29].

В основном потребители отдают предпочтение традиционному российскому или классическому европейскому стилю мебели (46% и 31% всех покупателей мебели соответственно[29]). При этом у клиентов со средним и выше уровнем дохода чаще популярен не только европейский стиль (37%), но также минимализм (14%) и hi-tech (9%). А вот потребители с более низким уровнем дохода преимущественно выбирают мебель в традиционном российском стиле (52%), симпатии к прочим стилевым направлениям у них значительно менее выражены.

Среди покупателей мебели наиболее популярны светлые оттенки дерева: светло-коричневую мебель выбирают около половины потребителей (51%). Интерьер в тёмно-коричневом цвете нравится чуть более четверти покупателей мебели (27%), в красном дереве и вишне — 16%, в белом — 8%, в чёрном — 4%. Характерно, что клиенты со средним и выше доходом гораздо чаще, нежели остальные, выбирают однотонные чёрные или белые решения.

В 2016 году каждая четвёртая российская семья приобрела мебель либо в крупном мебельном торговом центре, либо в отдельно стоящем несетевом мебельном магазине (по 24% покупателей). При этом для потребителей с доходами ниже среднего покупки в несетевом магазине, а также на рынках или в неспециализированном супер-/гипермаркете более характерны, нежели для обеспеченных. Последние (обеспеченные) чаще отдают предпочтение каталожной и Интернет-торговле, магазинам «Икеа», крупным мебельным торговым центрам, сетевой мебельной рознице, а также универсамам.

Для анализа предпочтений целевого сегмента рынка мебели Красноярского края было проведено исследование в форме опроса. Данное исследование проводилось в сети Интернет, при использовании сервиса «Google Форм».

В начале исследования необходимо выявить генеральную совокупность, данный показатель определяется количеством домохозяйств в Красноярском крае. Для выявления использовались данные Всероссийской переписи населения 2010 года.

Таблица 15 – Структура населения Красноярского края

Население в возрасте 16 лет и более	Общая численность	состоящие в браке	из них	
			в зарегистрированном браке	в незарегистрированном браке
Мужчины	1068817	670776	537779	132997
Женщины	1274132	668184	537276	130908

Исходя из данных выше можно сделать вывод, что общее количество домохозяйств в Красноярском крае составляет примерно 670 тысяч человек,

следующим шагом необходимо рассчитать размер выборки для исследования. Для этого будет использован статистический подход определения выборки. При расчете объема выборки данным методом задаются две величины:

- Доверительный интервал (допустимая ошибка выборки ( $\Delta$ ) – возьмем 10%, в связи с нулевым бюджетом проведение более точной выборки затруднительно

- Доверительная вероятность – мы будем использовать вероятность равную 95% ( $t=1,96$ )

Используя формулу (1) была рассчитана выборка в размере 96 человек, что означает, что при проведении 100 исследований по 96 человек в 95% случаев получаемые ответы по законам статистики будут находиться в пределах  $\pm 10\%$  от исходного.

$$n = \frac{t^2 \sigma^2}{\Delta^2}, \quad (1)$$

где  $n$  - объем выборки;

$t$  - нормированное отклонение, определяемое исходя из выбранного уровня доверительности;

$\sigma$  - найденная вариация для выборки;

$\Delta x$  — допустимая ошибка.

Исследование проводилось в период времени с 4.06.2017 по 18.06.2017, вопросы анкеты можно просмотреть в приложении 1, в опросе приняли участие 96 человек, из них 63% женщины и 65% мужчины.

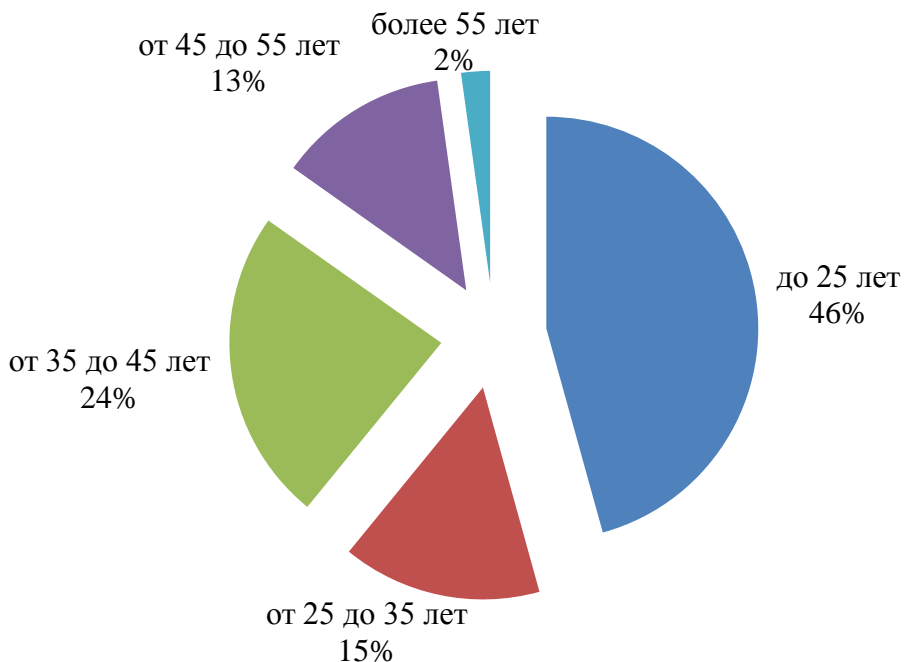


Рисунок 12 – Возраст респондентов

В ходе исследования выяснилось, что большинство (65,9%) потребителей мебели состоят в отношениях или официальном браке.

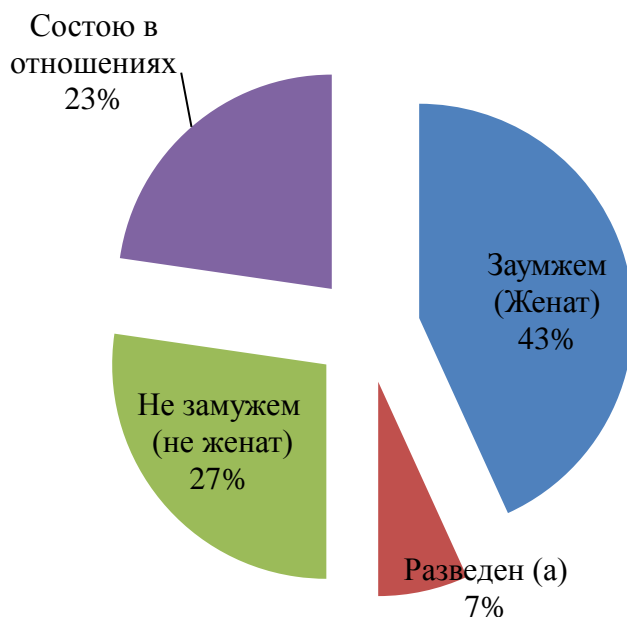


Рисунок 13– семейное положение потребителей мебельной продукции

Результат опроса по семейному положению показал, что люди, состоящие в отношениях более склонны к приобретению мебели. Для более детального изучения было выяснено количество членов семьи у потребителей мебели, данные представлены в рисунке.

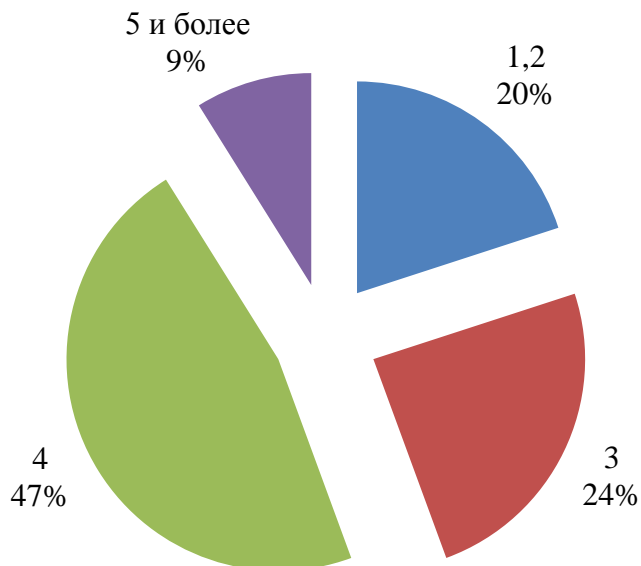


Рисунок 14 – Количество членов семьи

Данный рисунок показывает, что люди с количеством членов семьи от 3 и выше более склонны к приобретению мебели.

Анализ дохода опрошиваемых показал, что целевой сегмент потребителей мебели имеет доход от 10 до 40 тыс. рублей на одного члена семьи.

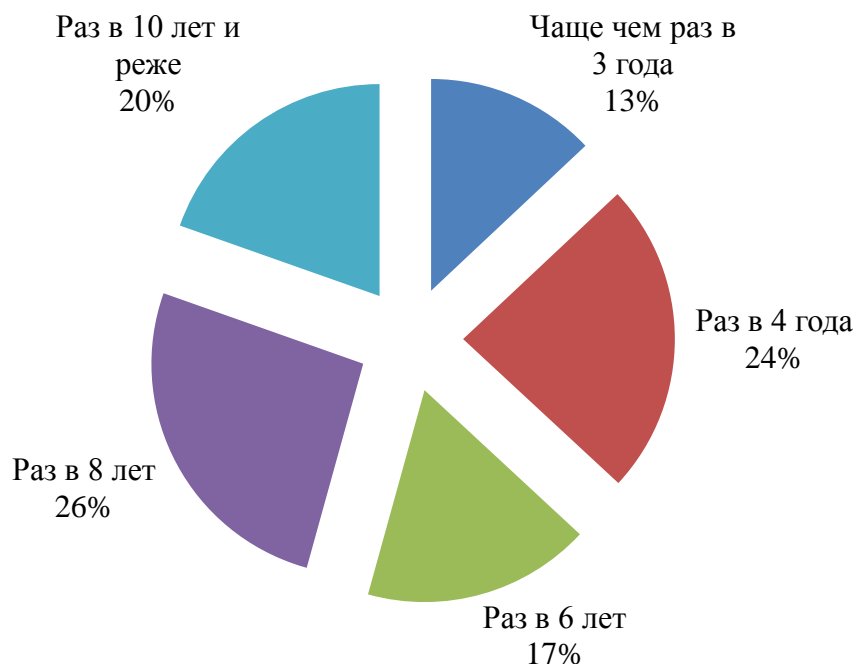


Рисунок 15 – Частота приобретения мебельной продукции по Красноярскому краю на 2017 год

Исходя из данной диаграммы можно сделать вывод, что большинство сменяет мебель через 8-10 лет. Для более точного анализа был проведен опрос по частоте покупок следующих видов мебели:

- Кухонная мебель
- Мягкая мебель
- Корпусная мебель
- Детская комната
- Мебель для ванной комнаты
- Мебель для спальни

Данное исследование показало, что Сменить кухонную мебель, мебель для ванной комнаты и спальни большинство из потребителей готово через 10 лет и более, мягкую мебель и детскую комнату сменяют через 5 лет использования, корпусная мебель покупается через 6 лет.

Последние три года отмечается не только высокая активность покупателей, а и их готовность к обновлениям мебелировки своих жилищ, даже если гарнитуры сохраняют вполне презентабельный вид. Анализ причин, побудивших сделать покупку новой мебели, графически будет выглядеть так



Рисунок 16 - причины смены мебели на территории Красноярского края на 2017 г

В Красноярском крае большое количество мебельных магазинов, большой ассортимент продукции, но не на все виды мебели. Как показал опрос потребители считают, что ассортимент корпусной, мягкой и спальной мебели имеет сложности в поиске по цвету и стилю.

В ходе исследования было выявлено, что менее обеспеченные категории потребителей склонны к более частой смене мебельной продукции (5-6 лет), чем состоятельные домохозяйства (10 и более).

Таблица 16 – Приемлемая стоимость для большинства потребителей по типам мебели

Вид мебели	Приемлемая стоимость мебельной продукции
Кухонная мебель	От 30 до 50 тыс. рублей
Мягкая мебель	От 20 до 30 тыс. рублей
Корпусная мебель	От 10 до 20 тыс. рублей
Детская комната	От 20 до 30 тыс. рублей
Мебель для ванной комнаты	От 70 до 90 тыс. рублей
Мебель для спальни	От 20 до 30 тыс. рублей

Анализ потребительских предпочтений выявляет главную закономерность: факторы выбора мебели часто находятся в прямой связи с доходами. В основном потребители в первую очередь обращают внимание на дизайн, мебельной продукции. Однако, как выяснилось для обеспеченных категорий граждан этот фактор всё-таки важнее — 70% против 63% в семьях с доходами ниже среднего. Кроме того, для них важно, чтобы приобретаемая мебель была удобна и произведена из натуральных материалов.



Исследование показало интересную закономерность, что домохозяйства с высоким заработком не выделяют индивидуальность как важный критерий при выборе мебели, в то время как люди со средним уровнем дохода считают данную характеристику очень важной.

По результатам опроса было выявлено, что большинство респондентов предпочитают покупать мебель в крупных мебельных торговых центрах и организациях, изготавливающих мебель на заказ. А на противоположной стороне находятся отдельно стоящий несетевой магазин, который пользуется наименьшей популярностью, откуда можно сделать вывод, что для успешной деятельности компании лучше отказаться от отдельных помещений для продажи мебели.

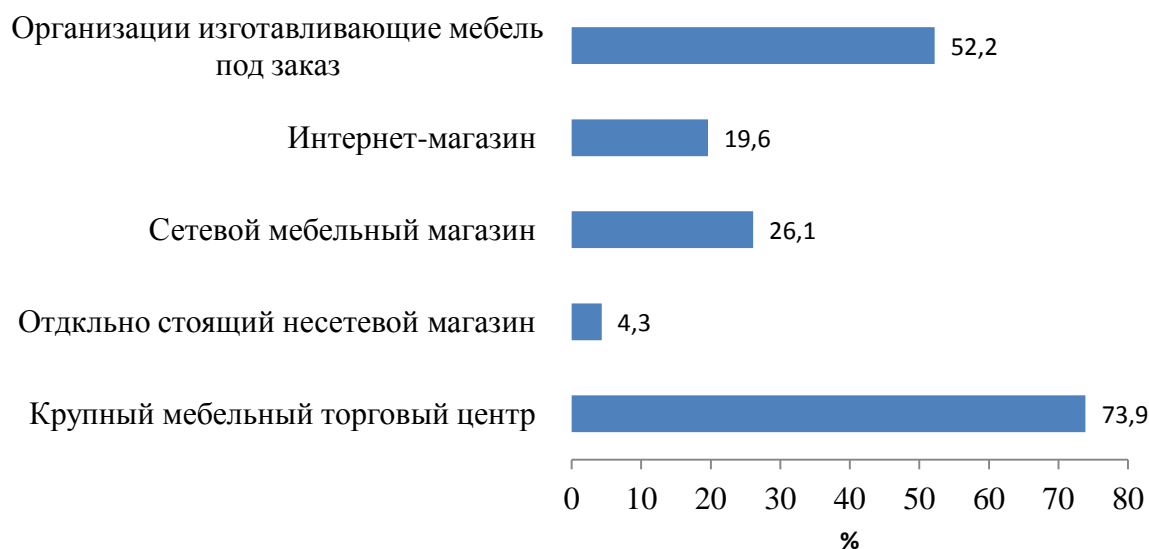


Рисунок 17 – Места приобретения мебельной продукции

Хотя наиболее популярным местом приобретения мебельной продукции является крупный мебельный торговый центр, по мнению респондентов качество продукции будет лучше в организациях изготавливающих мебель на заказ. Также теряет свою популярность такой способ приобретения товаров как интернет-магазин.

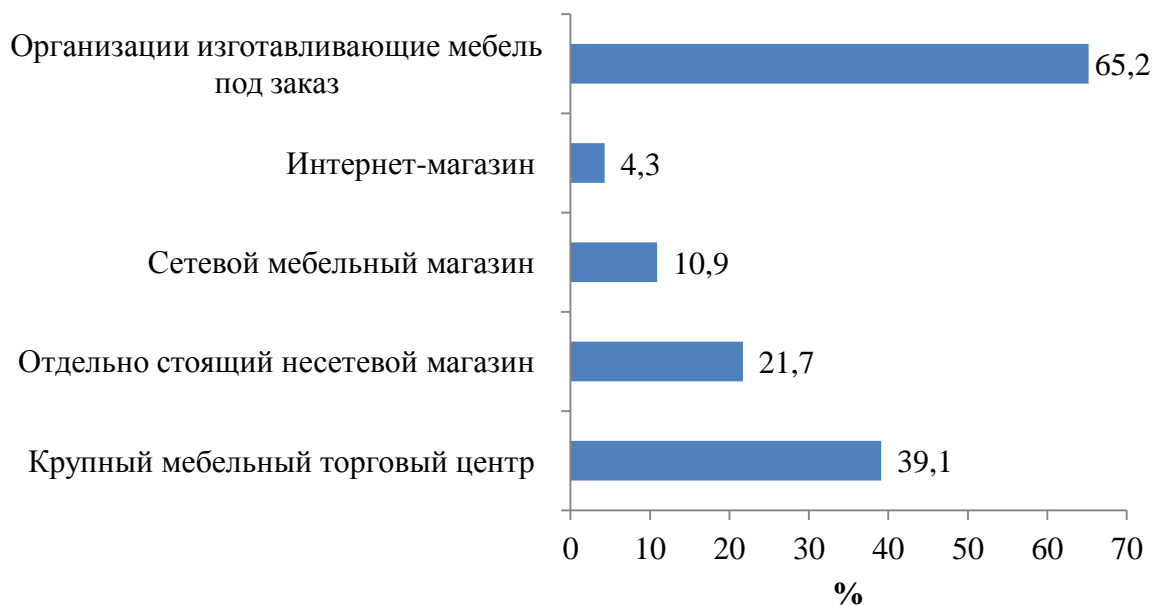


Рисунок 18 – Ожидаемый уровень качества в следующих типах предприятия

Меньше всего потребитель доверяют качеству интернет магазинов, что может говорить о том ж. Что для успешного функционирования лучше помимо интерне сервисов иметь и выставочный зал.

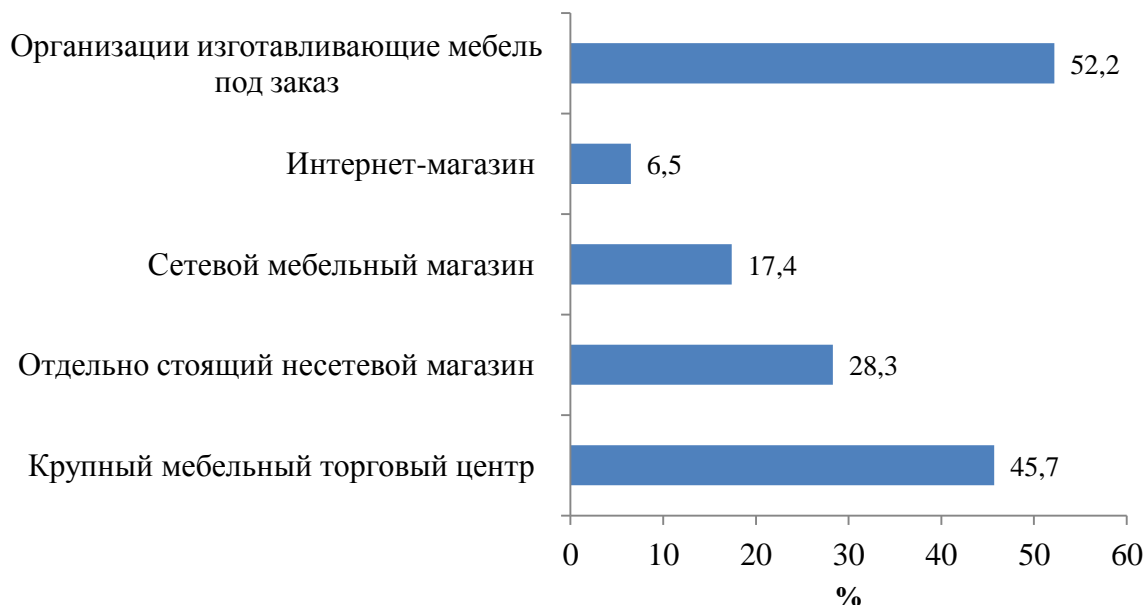


Рисунок 19 – Ожидаемое качество обслуживания клиентов в данных типах предприятий

Качество обслуживания является важным фактором для потребителей и исходя из опроса можно утверждать о преимуществах организаций, изготавливающих мебель на заказ в глазах потребителей.



Рисунок 20 - Соотношение цены и качества по типам мебельных предприятий по мнению потребителей

В соотношении цены и качества лидирующие позиции поделили организации, изготавливающие мебель на заказ и крупные мебельные торговые центры. Наименьшее доверие потребителей вызывает отдельно стоящий несетевой магазин.

Что касается выбора материалов, то в спросе на мебель лидирует продукция среднего и низкого ценового диапазона, которая занимает более 75% рынка. При этом большую часть спроса удовлетворяют предложения малого и среднего бизнеса, которые изготавливают мебель по индивидуальным заказам. Серийное же производство постепенно сдает позиции. Основная причина – модные тенденции. Если раньше основу спроса составляла классическая мебель простых геометрических пропорций и преимущественно темных цветов, то сегодня потребитель предпочитает эксклюзивность и яркость индивидуальности в обстановке интерьера.

Ориентация на бренд сохранилась только у обеспеченных людей, для которых покупка мебели одновременно является и вопросом престижа. Выбор основывается на известности фирмы или популярности страны-производителя в определенных социальных кругах.

Основными покупателями «первичного спроса» на мебель являются молодые семьи, новые предприятия и организации. Для них предпочтительнее покупать мебель средней ценовой категории.

Спрос на замену составляют те покупатели, которые заменяют в квартире старую мебель на новую, либо это офисы, организации, которые расширяются и растут (или переходят на более высокий уровень). Такие покупатели предпочитают дорогую и элитную мебель, а также мебель средней категории.

Потенциальными потребителями малого бизнеса на рынке мебели Красноярского края являются домохозяйства, численностью от 3 и более, имеющие средний доход или доход выше среднего.

Потребители готовы сменить мебель в среднем раз в 8-10 лет за исключением мягкой и детской мебели. Основными причинами покупки являются пришедшая в негодность старая мебелировка и желание сменить интерьер квартиры. Потребитель отмечают сложности в поиске мягкой, корпусной и спальной мебели по цвету и стилю. Основными критериями выбора являются качество и удобство.

Среди всех мест покупки мебели наибольшей популярностью пользуются крупные торговые центры, в то время как в отдельно стоящие несетевые магазины потребители почти не заходят. По мнению респондентов, наиболее качественная продукция продается в компаниях, изготавливающих мебель на заказ, также в этих же компаниях по мнению потребителей ожидается наилучшее отношение к покупателям. В соотношении цены и качества по результатам опроса лидируют крупные мебельные торговые центры и организации, изготавливающие мебель на заказ.

### **2.3 Оценка потенциала развития рынка мебельной продукции с учетом государственных механизмов поддержки**

Разрабатывая эффективную стратегию развития, предприятия малого бизнеса, в том числе и на рынке мебели, необходимо детально изучить потенциал данного рынка. Исследование потенциала позволяет оценить перспективы, позволяет скорректировать уже имеющуюся производственную или закупочную программу и добиться высокой эффективности вложения средств в новое направление. Для оценки потенциала в данном параграфе изучены все перспективы и возможности развития:

1. На данный момент все большим спросом пользуется мебель из натуральных материалов, в том числе, из древесного массива [30]. А вот ДСП постепенно вытесняется с рынка мебели более качественным, современным и экологическим материалом - МДФ. Некоторые торговые центры даже строят на этом рекламные акции, заявляя, что у них не продают мебель из ДСП (правда, это не мешает производителям использовать как ДСП, так и ДВП при внутренней отделке).

Но так как мебель из ДСП и МДФ значительно отличаются по цене за счет себестоимости материалов (ДСП – отечественного производства, МДФ – преимущественно, импортного). К примеру, в Европе на 1 м<sup>3</sup> мебели из МДФ до сих пор приходится около 2,3 м<sup>3</sup> ДСП. У нас эти показатели выше: на 1 м<sup>3</sup> МДФ – около 4 м<sup>3</sup> ДСП.

2. Одним из факторов влияющих на потенциал развития рынка является увеличение спроса на мебель на заказ. Данный факт позволяет малым предприятиям развиваться без давления крупных конкурентов.

Срок окупаемости среднего производства в 2-3 года считается хорошим показателем. Единственным шансом получить быструю прибыль – предложить потребителю принципиально новый продукт, которого до сих пор на рынке не было. Но данный вариант достаточно сложный, так как на данный момент существует огромное количество новых технологий и мебели, которые уже запатентованы. Второй вариант – малое производство мебели под заказ, которое не интересно солидным предприятиям. Но может быть очень перспективным развитием для малого бизнеса. Как показал анализ потребностей целевого сегмента потребители более склонны выбирать товары с индивидуальным дизайном, серийное же производство постепенно сдает позиции. Основной причиной подобному поведению потребителей являются модные тенденции.

3. Не менее важным аспектом потенциала рынка мебели Красноярского края является спрос на мебель. Чтобы оценить спрос на мебельные изделия, необходимо также оценить динамику количества трудоспособного населения в г. Красноярске (рисунок 15).

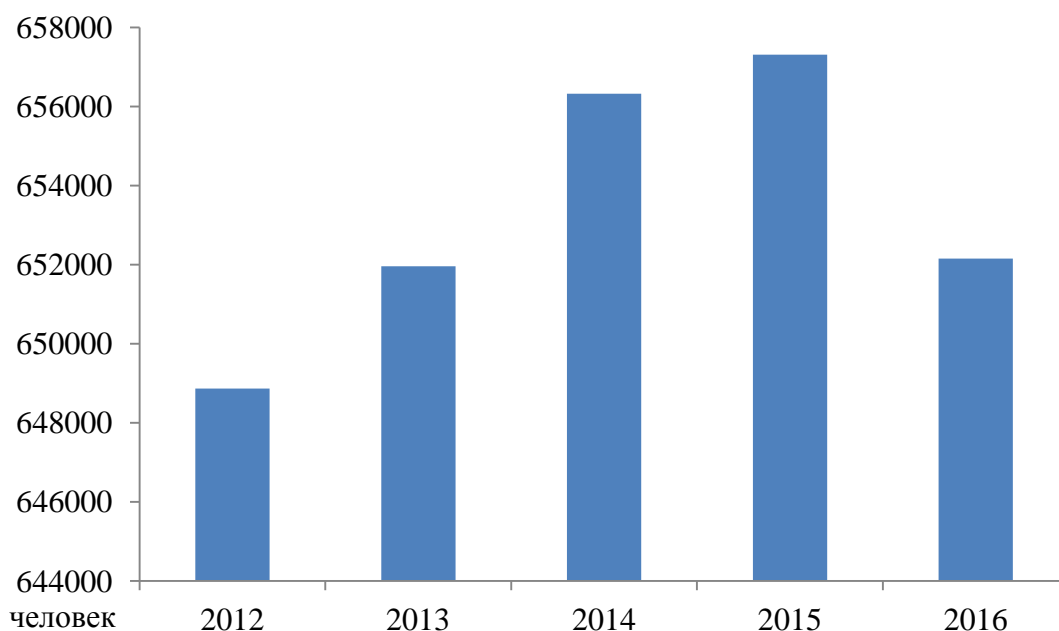


Рисунок 21– Численность трудоспособного населения в Красноярском крае 2012– 2016гг. [26]

Анализируя данные представленные на рисунке 8, можно говорить о тенденции роста в городе численности трудоспособного населения в трудоспособном возрасте, следовательно, этот факт благоприятно влияет на спрос рынка мебельной продукции.

4. Также одним из важных факторов, влияющих на потенциал мебельной отрасли, является реальная заработная плата населения, от нее зависит большинство покупок. Реальная заработная плата – заработная плата, исчисленная как совокупность благ, потребительских товаров и услуг, которые можно на нее приобрести. Реальная заработная плата определяется

размером номинальной заработной платы и уровнем цен на потребительские товары и услуги, а также выплачиваемых из заработной платы налогов. При инфляции снижается реальная заработная плата, если инфляция не компенсируется индексацией заработной платы.

Данные по изменению реальной заработной платы в городе Красноярске представлены в таблице 7.

Таблица 17 – Реальная заработная плата населения г. Красноярска, в процентах к предыдущему году [26]

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Реальная заработная плата	107,7%	102,6%	106,0%	104,0%	102,0%	101,7%

Тенденцию роста реальной заработной платы населения можно расценить как потенциальную возможность роста продаж продукции мебельного производства.

5. К потенциалу рынка мебели можно отнести тенденцию на улучшение жилищных условий населения (таблица 8), которое способствует увеличению количества изготавливаемых изделий мебели.

Таблица 18 – Улучшение жилищных условий населения Красноярского края

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число граждан (семей), улучшивших жилищные условия за год, тыс. чел	25,8	20,3	25,5	32,6	33,0	37,3

По данным таблицы можно говорить о росте количества граждан (семей) улучшивших свои жилищные условия. По данным опроса из пункта 2.2 было выявлено что большое количество потребителей приобретают мебель по причине переезда в новую квартиру, следовательно увеличение количества переездов потребителей стимулирует увеличение объемов продаж мебели.

Также перечень целевых показателей и показателей результативности государственной программы «Создание условий для обеспечения доступным и комфортным жильем граждан Красноярского края» говорит о том что к 2018 году должны вырасти данные показатели[31]:

- удельный вес введенной площади жилых домов по отношению к общей площади жилищного фонда в 2018 году – 1,91 %;
- доля муниципальных образований, на территории которых утверждены схемы территориального планирования, генеральные планы и правила землепользования и застройки, в 2015 году – 100 %;
- доля земельных участков, предоставленных для жилищного строительства семьям, имеющим троих и более детей, обеспеченных коммунальной и транспортной инфраструктурой, в 2018 году – 37 %;

– доля кредитов (займов) на приобретение жилья или строительство индивидуального жилого дома, по которым оказана государственная помощь, от общего количества выданных кредитов (займов) на приобретение жилья или строительство индивидуального жилого дома на территории Красноярского края в 2018 году – 29,6 %;

– доля обеспеченных доступным и комфортным жильем семей от семей, желающих улучшить свои жилищные условия, на конец года, в 2018 году – 45 %;

– доля семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заемных средств, в 2018 году – 40 %;

– коэффициент доступности жилья (соотношение средней рыночной стоимости стандартной квартиры общей площадью 54 кв. м и среднего годового совокупного денежного дохода семьи, состоящей из 3 человек) в 2018 году – 3,0 года;

– доля граждан, улучшивших жилищные условия, от общего количества граждан, которым предоставлена государственная поддержка в форме социальных выплат, в 2018 году – 95 %;

– объем строящегося и введенного в эксплуатацию жилья экономического класса на земельных участках Фонда РЖС в 2016 году – 150,0 тыс. кв. м;

– количество земельных участков, сформированных и поставленных на кадастровый учет, предоставляемых для жилищного строительства семьям, имеющим троих и более детей, в 2014 году – 1 834 участка;

– площадь земельных участков, обеспеченных (полностью или частично) коммунальной и транспортной инфраструктурой, предоставляемая для семей, имеющих троих и более детей, нарастающим итогом к 2018 году – 1 744,7 га;

– объем общей площади жилья, построенного (приобретенного) в целях переселения граждан из аварийного жилищного фонда, нарастающим итогом

– к 2018 году – 234,8 тыс. кв. м;

– количество граждан, переселенных из аварийного жилищного фонда муниципальных образований Красноярского края, нарастающим итогом к 2018 году – 14 790 человек; и т д

6. В последние годы главной тенденцией на мебельном рынке является ужесточение конкуренции. Цена на мебель в предкризисный период перестала быть главным конкурентным преимуществом. На сегодняшний день значение цены вновь возросло, но оно теперь не является единственным фактором конкуренции. Для отечественных производителей на первый план вышли вопросы, связанные с репутацией и качеством. Одним из важных факторов для мебели является соответствие международным экологическим

стандартам. Знание данных аспектов является потенциалом для развития малого бизнеса.

Нетрудно предположить, что в первую очередь в кризисный период пострадают производители стандартной мебели – крупные фирмы мебели низкого качества. Наиболее выгодное положение для покупателей будут иметь производители, предлагающие высокое качество, современный дизайн, надежность, практичную эргономику в сочетании с разумной ценой.

7. Долгое время наиболее востребованной продукцией мебельного производства была функциональная мягкая мебель. Покупатели не хотели приобретать диваны, которые не раскладываются, но имеют превосходные дизайнерские характеристики. Но с ростом строительства загородных домов, в которых появилось пространство для обустройства интерьера, такие конструкции стали пользоваться популярностью. Данное направление является перспективным для развития мебельного бизнеса. Возрос спрос на качественную и практичную мебель с кожаным покрытием, а кухонные конструкции до сих пор пользуются постоянным интересом от покупателей.

8. С ростом производства, многие фирмы расширяют свои офисы, а также увеличивают их количество. В связи с этим фактом, мебель для офиса становится востребованной. Производители стараются постоянно расширять ассортимент такой продукции, пытаясь угодить потребителю,

Комбинированные, многофункциональные секции, которые можно собирать, изменяя дизайн стойки, изготавливаются из разных материалов, поэтому офисы могут стать более привлекательными, динамичными и презентабельными. Современный и стильный дизайн мебели для офиса, удовлетворит вкус даже самого придирчивого и строгого клиента. Мебель для оформления кабинетов пользуется большим спросом. В зависимости от должности сотрудников, рода деятельности компании, производители предлагают современные решения в оформлении. Кабинеты руководителей принято оформлять в единстве с зоной для ведения совещаний и приемной зоной. Поэтому такая мебель выполняется на заказ, учитывая размер помещения и необходимость в дополнительных компонентах, таких как шкаф для одежды или книжные витрины, диван для гостей

9. Несомненно, рынок мебели будет расти, что тоже является аспектом потенциала компании. Достаточно обратить внимание на то, как бурно идет строительство в Красноярском крае (таблица 6).

Таблица 19 – Ввод в действие жилых домов, всего тыс. м<sup>2</sup> общей площади

Показатель	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.
Ввод в действие жилых домов	987,9	1047,1	1076,8	1134,0	1200,6

Сегодня активно открываются гостиницы, деловые центры, рестораны строятся жилые дома. Соответственно чем больше организаций появляется, тем больше заказов получают производители мебельного рынка. Также специалисты отмечают, что арендаторы отдают предпочтение помещениям с открытой планировкой и минимальным количеством колонн и стен, а значит,



у производителей мебели появляется больше возможностей для создания рабочих зон.

10. Еще одним потенциалом рынка является то факт, что производство мягкой мебели считается перспективным. До сих пор более динамично в Красноярске растет сегмент именно мягкой мебели. Но ограничиваться лишь мягкой мебелью нельзя. Необходимо вкладываться в собственную производственную базу. Производители, которые этого не делали, постепенно исчезают с рынка. А те, кто сумел перестроиться под производство корпусной мебели, наоборот, набирают обороты. Потенциалом развития в данном случае является собственное производство, которое позволит закрепиться на рынке мебели.

11. Нестабильная экономическая ситуация в стране, как известно, пагубно влияет в первую очередь на маложизнеспособных производителей, устраняя, таким образом конкурентов для более «сильных» компаний. Исходя из того, что кризис в стране может привести к резкому сокращению импорта мебели, закрытию мелких фирм, переориентации рынка на «местный» товар, логично предположить появления крупного конкурента с аналогичным предложением.

Современный мебельный рынок отличается большим ассортиментом продукции. Его многосекторность и широта, быстрота изменения спроса способствуют выживанию на нем как крупных производителей и торговцев, так и большой массы средних и мелких компаний, проявляющих гибкость и оперативность в удовлетворении потребностей клиентов.

12. У основной массы населения из-за низкой покупательской способности более всего востребовано самое необходимо в быту с наименьшей стоимостью.

Это детские комнаты, кухни, спальни, малые формы мебели. Как правило, это произведенная в странах СНГ недорогая мебель. Потребитель с уровнем доходов ниже среднего при покупке мебели обращает внимание в первую очередь на цену и качество, а дизайн уходит на второй план. Меньше всего покупают мягкую мебель (а если и покупают, то с серыми и тусклыми расцветками обивочной ткани), а также корпусную мебель с хорошим дизайном (из-за дорогой цены). Поэтому главным критерием для принятия окончательного решения о покупке мебели для покупателей с низким доходом считается цена. Покупатели среднего класса обращают одинаковое внимание и на цену и на качество, а также на надежность, дизайн и срок службы мебели. К самым необходимым видам мебели, для покупателей среднего класса, добавляется мягкая мебель, в том числе и под заказ, горки, встроенные шкафы- купе. Пользуются спросом кресла и диваны, обтянутые тканью ярких тонов, а также корпусная мебель в светлых тонах и цветная. Вся эта мебель должна иметь привлекательный дизайн. Повышенный интерес покупатели среднего сегмента проявляют к новым моделям. Особое внимание уделяют функциональности мебели. Преобладающее большинство населения проживает в малогабаритных квартирах, именно поэтому шкафы-

купе пользуются большим спросом, они экономят площадь, а дверцы с зеркалами зрительно увеличивают её. Хорошо покупаются двухместные диваны с раскладным механизмом. Итак, люди со средним доходом предпочитают не самую дорогую, надежную, качественную и функциональную мебель современного дизайна.

Малочисленная доля населения с доходами выше среднего уровня подходят к вопросу покупки мебели более творчески. Таким покупателям кроме всех вышеперечисленных требований к мебели присущи такие понятия как престижность, эксклюзивность, оригинальность, западноевропейский стиль и дизайн. Насколько будет нестандартен заказанный образец мебели, настолько будет индивидуален человек сделавший заказ. Поскольку у покупателей с высоким доходом имеются загородные дома или большие квартиры, в данном случае прослеживается тенденция покупать мебель узкоспециализированного направления (диван для того, чтобы сидеть, а не спать на нем). Площадь жилья позволяет. Эта часть населения не выбирает тканевые кресла и диваны (практичнее кожа), а также мебель белого, серого, черного цветов.

По опросам самих производителей мебели, около 80% мебельных изделий покупается при переезде в новую квартиру или перепланировке старой. Поэтому проще всего приспособиться к новым тенденциям рынка оказалось производителям, изготавливающим мебель на заказ. Наиболее крупные из них превращаются в производителей комплексных мебельных решений.

Мебельный рынок с 2010 года имеет устойчивую тенденцию к росту. Данная тенденция связана с увеличением строительства жилых домов, а также с ростом доходов населения. Мебельный рынок предлагает большой ассортимент дизайнов под любой интерьерный стиль. Кроме того, за счет использования большого выбора материалов (ЛДСП, ДВП, ДСП, МДФ), изготовление мебели можно удешевить, привлекая потребителей с различными доходами.

### **3 Разработка стратегии развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина)**

#### **3.1 Формирование и выбор стратегической альтернативы развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина)**

.....

#### **3.2 Разработка программы мероприятий развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина)**

.....

#### **3.3 Оценка эффективности стратегии развития малого бизнеса на региональном рынке производства мебельной продукции на примере «Фабрика идей» (ИП Лопатина)**

.....

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Первым этапом моей работы были изучены основные тенденции развития малого бизнеса в сфере производства мебельной продукции.

Для этого был проведен анализ государственной поддержки в данной сфере. Оно показало, что в рамках государственной программы средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего предпринимательства, при условии софинансирования расходов со стороны региона. Существуют следующие варианты поддержки:

1. Денежные субсидии (58800 т.р. от центра занятости и другие)
2. Субсидия в размере 70% от затрат на бизнес, но не более 300 000 рублей. обучение (на безвозмездной основе или с частичным покрытием расходов);
3. стажировки; льготный лизинг;
4. бизнес-инкубаторы (возможность снять хороший офис за символическую плату);
5. льготный/бесплатный аутсорсинг (внешнее бухгалтерское и/или юридическое обслуживание);
6. льготное/бесплатное участия в выставках и ярмарках; гранты и пр.

Проанализировав тенденции изучаемого рынка в России мы пришли к следующему выводу:

Рынок мебели России можно характеризовать как большой, быстрорастущий и достаточно открытый, а российскую мебельную промышленность как совершившую значительный шаг вперед благодаря инвестициям в техническое перевооружение, всё более активному использованию импортного оборудования, материалов и фурнитуры. Также было выявлено, что наибольшую часть производства мебели в России занимают мелкие предприятия, а лидером среди регионов является ЦФО (37%) от общего производства мебели. Замечена тенденция к снижению импорта мебельной продукции, что является благоприятным фактором для местных производителей. Отечественные мебельные предприятия ориентированы на удовлетворение внутреннего спроса, при этом и его удаётся насыщать лишь частично. Поэтому сегодня как никогда необходима консолидация сил всех участников мебельного рынка по поддержке отечественной мебельной промышленности.

Поиск факторов развития рынка мебели показал, что на спрос наиболее влияние оказывают: изменения реальных располагаемых доходов населения, модные тенденции, стремление населения к ЗОЖ и выбор более натуральных материалов, частота замены мебелировки среди населения. На текущую деятельность компаний влияет: уровень цен, появление новых технологий, наличие и качество систем сбыта и изменения в налоговом

законодательстве. На рост добавленной стоимости оказывают влияние: ужесточение конкуренции, высокая стоимость сырья, высокие транспортные расходы, увеличение тарифов на коммунальные услуги, нехватка специалистов.

Следующим этапом были изучены рыночные возможности в сфере производства мебельной продукции на региональном рынке

Анализ вторичных данных показал, что Рынок мебели Красноярского края очень быстро развивается, так с 2015 по 2016 год численность производственных предприятий увеличилась на 4 395, что является большим скачком в сравнении с предыдущими годами. На территории края преобладают предприятия занимающиеся изготовлением корпусной мебели. Значение показателя концентрации говорит о наличии полиполии на рынке. Также было выявлено большое количество барьеров входа и выхода на данный рынок, что говорит о сложности для малого бизнеса.

Для оценки потребностей целевых сегментов было проведено исследование в форме опроса, который показал, что целевым сегментом рынка мебели Красноярского края являются домохозяйства, численностью от 3 и более.

Потребители готовы сменить мебель в среднем раз в 8-10 лет за исключением мягкой и детской мебели. Основными причинами покупки являются пришедшая в негодность старая мебелировка и желание сменить интерьер квартиры. Потребитель отмечают сложности в поиске мягкой, корпусной и спальной мебели по цвету и стилю. Основными критериями выбора являются качество и удобство.

Среди всех мест покупки мебели наибольшей популярностью пользуются крупные торговые центры, в то время как в отдельно стоящие несетевые магазины потребители почти не заходят. По мнению респондентов наиболее качественная продукция продается в компаниях, изготавливающих мебель на заказ, также в этих же компаниях по мнению потребителей ожидается наилучшее отношение к покупателям. В соотношении цены и качества по результатам опроса лидируют крупные мебельные торговые центры и организации, изготавливающие мебель на заказ.

.....

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : Официальная статистика – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
- 2) Гражданский кодекс РФ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- 3) Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс] :федер. закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ ред. от 03.07.2016. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- 4) Маркетинговое агентство РБК [Электронный ресурс] : Систематизированная база данных готовых исследований – Режим доступа: <http://www.research.rbc.ru/>
- 5) Социально-экономическое положение Красноярского края в январе-апреле 2017 года Доклад, № 1.37.1 г. Красноярск май, 2017
- 6) Бизнес-статистика [Электронный ресурс] : Готовые обзоры рынков и бизнес-планы BusinesStat – Режим доступа: <http://www.businesstat.ru/>
- 7) Котлер Ф. Основы маркетинга: /Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; Пер. с англ. – 2-е европ. Изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 1152 с.
- 8) Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс.- 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464с.
- 9) Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е. П. Голубков. — М.: Финпресс, 2000. — 464 с.
- 10) Кациель С. А. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс] : j / С. А. Кациель - Омск : Омский государственный институт сервиса, 2012. - 146 с.
- 11) Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие для студентов вузов / И. К. Беляевский. — М. : Финансы и статистика, 2008. — 320 с. : ил. — Библиогр.: с. 317-319. — ISBN 978-5-279-02220-5.
- 12) Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы / С.Г.Божук. — СПб.: Вектор, 2009. — 288 с.
- 13) Болотова, И. Маркетинговые исследования в розничной торговле / И. Болотова // Современная торговля, 2007. — N 8. — С.53-57.
- 14) Демографический ежегодник Красноярского края. 2015: стат.сб. /Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2015.-141 с.
- 15) Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: учеб. пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов — М. : ИНФРА-М, 2009. — 336 с. : ил.. — (Профессиональное образование). — Библиогр.: с. 327-328. — ISBN 978-5-91134-266-1.

- 16) Дурович А.П. Практика маркетинговых исследований. — М.: Издательство Гревцова, 2009. — 400с.
- 17) Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. — М. : Вузовский учебник, 2010. — 439 с. — Библиогр.: с. 429-430. — Глоссарий : с. 431-434. — ISBN 978-5-9558-0023-3.
- 18) Лебедева, О. А. Маркетинговые исследования: учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования / О. А. Лебедева, Н. И. Лыгина — М. : Форум : ИНФРА-М, 2009. — 192 с. — (Профессиональное образование). — Библиогр.: с. 178. — ISBN 978-5-8199-0191-5. — ISBN 978-5-16-002386-1.
- 19) Маттис, М. Э. Готовые исследования: инструкция по применению / М. Э. Маттис // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2008. — N 5. — С. 396-404.
- 20) Москвитина, Н. М. Маркетинговое исследование при выведении новой услуги на рынок / Н. М. Москвитина, Я. В. Пушкарева // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2008. — N 1. — С. 52-65.
- 21) Журнал финансовый эксперт [Электронный ресурс] : Покупательская способность населения — Режим доступа: <http://finexpert24.com/pokupatelskaya-sposobnost-naseleniya/>
- 22) Журнал Homify [Электронный ресурс] : Обзор новостей мебельного рынка — Режим доступа: <https://www.homify.ru/knigi-idej/385353/glavnye-mebelnye-trendy-v-2016-godu>
- 23) Фабрика идей [Электронный ресурс] : Официальный сайт компании — Режим доступа: <http://fabrika24.ru/>
- 24) НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] : Исследования высшей школы экономики — Режим доступа: <https://isp.hse.ru/monitoring>
- 25) Информационно правовой портал [Электронный ресурс] :— Режим доступа <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71224462/>
- 26) Красноярск в цифрах: стат. справочник / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2015. - 26 с.
- 27) Возрастно-половой состав населения Красноярского края на 01.01.2015 г.: стат. бюллетень / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2015. - 42 с
- 28) Аналитический порта рынка веб-разработок CMS magazine [электронный ресурс] : - режим доступа <http://www.cmsmagazine.ru/library/items/internet-marketing/issledovanie-pokupatel-mebeli-portret-i-patterny/>
- 29) «Мебельный бизнес» — отраслевой аналитический журнал [электронный ресурс]: режим доступа <http://www.promebel.com/ru/headings/?articleID=9450>
- 30) Журнал бизнес-идей «Впроизводство» - [электронный ресурс ]: режим доступа [http://vproizvodstvo.ru/analitika\\_rynok/analiz\\_rynka\\_mebeli\\_drevesiny/](http://vproizvodstvo.ru/analitika_rynok/analiz_rynka_mebeli_drevesiny/)

- 31) Официальный портал «Красноярский край» [электронный ресурс]: режим доступа - <http://www.krskstate.ru/docs/0/doc/30756/print/yes>
- 32) "Российская Газета", [электронный ресурс] режим доступа - <https://rg.ru/>
- 33) Финансовый аналитик "Финам" [электронный ресурс] режим доступа <https://www.finam.r>
- 34) Федеральная таможенная служба России [электронный ресурс] сведения о деятельности ФТС режим доступа - [http://www.customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=section&id=24&Itemid=1830](http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=section&id=24&Itemid=1830)
- 35) Электронный журнал для потребителей «Спрос» [Электронный ресурс] режим доступа - <http://spros-online.ru/yuridicheskaya-enciklopediya/pokupka-mebeli>
- 36) Издание социально-экономическое положение России Январь-Март 2017
- 37) ZoomMarket [Электронный ресурс] режим доступа -
- 38) ООО «Центр экономического анализа и экспертизы» [Электронный ресурс] режим доступа -
- 39) Дрок Т. Е. Современные реалии развития мебельной промышленности Калининградской области // Молодой ученый. — 2015. — №21.1. — С. 22-28.
- 40) Бизнес портал «Фабрика маниейкеров» [Электронный ресурс] режим доступа - <http://moneymakerfactory.ru/tool/raschet-tochki-bezubytochnosti/>
- 41) Электронный журнал «elhow» [Электронный ресурс] режим доступа - [https://elhow.ru/programmnoe-obespechenie/microsoft-office/kak-postroit-grafik-bezubytochnosti?utm\\_source=users&utm\\_medium=ct&utm\\_campaign=ct](https://elhow.ru/programmnoe-obespechenie/microsoft-office/kak-postroit-grafik-bezubytochnosti?utm_source=users&utm_medium=ct&utm_campaign=ct)
- 42) Агентство интернет-маркетинга «Just Content» [Электронный ресурс] режим доступа - <http://justcontent.ru/>
- 43) Рынок мебели [Электронный ресурс] Рынок мебели: тенденции, перспективы, игроки. режим доступа - <http://www.mebvest.ru>
- 44) Административно-управленческий портал Aup.ru [Электронный ресурс] Российский рынок мебели. Маркетинговые исследования и анализ рынка. режим доступа - <http://www.mi.aup.ru>
- 45) Магазин исследований «РБК» [Электронный ресурс] Наибольшую долю мебельного производства в России занимают шкафы. режим доступа - <http://www.marketing.rbc.ru>
- 46) Структура производства мебели по округам России. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.furniture56.ru>
- 47) Мебельный рынок России. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.mebelrus.ru>



- 48) Электронный журнал «Все про ИП» [Электронный ресурс] Как в 2017 году в РФ получить грант на развитие малого бизнеса режим доступа - <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/grant-dlya-malogo-biznesa.html>
- 49) Обзор рынка мебели. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.marketpublishers.ru>
- 50) Структура потребления мебели. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.furniture56.ru>
- 51) РБК. Исследования рынков. [Электронный ресурс] режим доступа - <http://www.mebel-maria.ru>
- 52) Петров П.А. Реализация функции контроля в рамках системы стратегического контроллинга на промышленном предприятии // Менеджмент и бизнес-администрирование, 2011. №2. С. 94-109.
- 53) Безрукова Т.Л. Петров П.А. Оценка эффективности функционирования системы стратегического контроллинга на промышленном предприятии // Менеджмент и бизнес-администрирование, 2012. №1. С. 81-98.
- 54) Безрукова Т.Л. Петров П.А. Контроллинг как система информационно-аналитической поддержки стратегического управления // Менеджмент и бизнес-администрирование, 2011. №3. С. 32-39.Б
- 55) . Авдашева С.Б., Розанова Н.М., Теория организации отраслевых рынков. М., 1998.
- 56) Алле М. Экономика как наука. - М., Просвещение, 2001
- 57) Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. М., 1999.
- 58) Камаев В. Д. Основы экономической теории: Учебник. - М.: «ВЛАДОС», 2002
- 59) Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство. М.: 2001.
- 60) Коуз Р. Природа фирмы / Фирма рынок и право. М., 1993.
- 61) Бизнес-журнал «Делать дело» [Электронный ресурс] Как получить помощь малому бизнесу от государства режим доступа - <http://delatdelo.com/pomosh-malomu>
- 62) Всероссийская перепись населения 2010 г.
- 63) Социально-экономическое положение Красноярского края в 2003 году: стат. сб. / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, - 2004. - 194 с.
- 64) Сравнительный анализ показателей социально-экономического развития Красноярского края со среднероссийскими за 2003 г.: стат. сб. / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос, статистики. - Красноярск, - 2004.-32 с.
- 65) Уровень жизни населения Красноярского края в 2003 году: аналитическая записка: Анализ денежных расходов населения Красноярского края в 2003 году / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2004. - 13 с.

- 66) Красноярск в цифрах: стат. справочник / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2004. - 26 с.
- 67) Красноярский край в цифрах: стат. сб. / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2004. - 119 с.
- 68) Основные показатели розничной торговли Красноярского края в январе --сентябре 2004 г.: стат. бюллетень / Красноярскстат, Федеральная служба государственной статистики. - Красноярск, 2004. - 24 с.
- 69) Оборот розничной торговли за январь - декабрь 2004 г.: Экономическая таблица, №11 - 10. 1 / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2005. - 3 с.
- 70) Розничная продажа отдельных товаров в разрезе ассортиментных групп в стоимостном и натуральном выражении за декабрь 2004 г.: Экономическая таблица, №11 -- 13. 4/ Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос.статистики. - Красноярск, 2005. - 6 с.
- 71) Регионы России.2004: Социально - экономические показатели: стат. сб. / Госкомстат России. - М.: Статистика России, 2005. - 863 с.
- 72) Возрастно-половой состав населения Красноярского края на 01.01.2005 г.: стат. бюллетень / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, 2005. - 42 с.
- 73) Азоев Г.Л. Анализ деятельности конкурентов: учебное пособие / Г.Л. Азоев - М.: ГАУ, 1995. - 75 с.
- 74) Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев - М.: ЦЭИМ, 1996.-207 с.
- 75) Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков - М.: Международные отношения, 2000. - 157 с.
- 76) Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление / Д.А. Аакер. - СПб: Питер, 2002. - 544 с.
- 77) Ансофф И. Стратегическое управление в корпорациях / И. Ансофф. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана

№	Наименование	Вид деятельности/отрасль	2015, Выручка от продажи (за минусом НДС, акцизов..), ед. RUB	% от общего объема производства	ИНН
1	ЦЕНТРПЛАСТ, ООО	Производство матрасов	295 495 000,00	15,12	228,63
2	КОМПАНИЯ БИГ, ООО	Производство кухонной мебели	195 353 000,00	10,00	99,93
3	СТАНДАРТ, ООО	Производство кухонной мебели	154 864 000,00	7,92	62,80
4	МИТРА, ООО	Производство прочей мебели	87 022 000,00	4,45	19,83
5	СТЕРХ, ООО	Производство прочей мебели	80 764 000,00	4,13	17,08
6	АКВАЛАЙН, ООО	Производство мебели	76 903 000,00	3,94	15,49
7	АДМ, ООО	Производство кухонной мебели	56 597 000,00	2,90	8,39
8	КОСТА-БЕЛЛА, ООО	Производство прочей мебели	54 252 000,00	2,78	7,71
9	ДОК, ООО	Производство кухонной мебели	48 895 000,00	2,50	6,26
10	РЕЛАЙН, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	44 839 000,00	2,29	5,26
11	ЛАДЬЯ-М, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	37 154 000,00	1,90	3,61
12	ФОРТУНА, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	32 566 000,00	1,67	2,78
13	ЮГРАФ, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	31 962 000,00	1,64	2,67
14	СИБТО, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	30 461 000,00	1,56	2,43
15	СТЕЛЛА, ООО	Производство матрасов	24 485 000,00	1,25	1,57

Продолжение приложения А

16	НОВАЯ МЕБЕЛЬ, ООО	Производство мебели	23 381 000,00	1,20	1,43
17	ОМЕГА, ООО	Производство мебели	23 262 000,00	1,19	1,42
18	ХОРС ПЛЮС, ООО	Производство прочей мебели	19 980 000,00	1,02	1,05
19	МАРИМБО, ООО	Производство прочей мебели	19 868 000,00	1,02	1,03
20	АРСЕНАЛ-ПЛЮС, ООО	Производство прочей мебели	19 730 000,00	1,01	1,02
21	СОЛО 24, ООО	Производство прочей мебели	18 669 000,00	0,96	0,91
22	СТО ПЛЮС, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	18 038 000,00	0,92	0,85
23	МИНУСИНСКИЙ ДОК, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	17 552 000,00	0,90	0,81
24	АТРИБУТ, ООО ПК	Производство кухонной мебели	17 094 000,00	0,87	0,77
25	КАРУНД-Ч, ООО ПКФ	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	16 896 000,00	0,86	0,75
26	ПАРТНЕР, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	16 397 000,00	0,84	0,70
27	ЛИГА-МЕБЕЛЬ, ООО	Производство мебели	15 223 000,00	0,78	0,61
28	СТРОЙМОДА-КРАСНОЯРСК, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	15 061 000,00	0,77	0,59
29	СОВРЕМЕННАЯ МЕБЕЛЬ, ООО	Производство прочей мебели	14 476 000,00	0,74	0,55
30	ВОСХОД-97, ООО	Производство мебели	13 995 000,00	0,72	0,51
31	НМТ, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	13 832 000,00	0,71	0,50
32	МИАЛДИ-КЛАССИК, ООО	Производство прочей мебели	13 266 000,00	0,68	0,46
33	АТРЕЙД, ООО	Производство прочей мебели	12 952 000,00	0,66	0,44

## Окончание приложения А

34	АСПЕКТ, ООО	Производство мебели	12 376 000,00	0,63	0,40
35	ПЕТРОГРАД, ООО	Производство мебели	11 969 000,00	0,61	0,38
36	БЕРЕЗОВСКАЯ МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА, ООО	Производство кухонной мебели	11 624 000,00	0,59	0,35
37	СОНАТА, ООО ТК	Производство матрасов	11 342 000,00	0,58	0,34
38	ЭСТЕТ, ООО	Производство мебели	10 936 000,00	0,56	0,31
39	ЛАКОН, ООО	Производство мебели	10 895 000,00	0,56	0,31
40	СМК- КРАСНОЯРСК, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	10 887 000,00	0,56	0,31
41	МАГНАТ+, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	10 869 000,00	0,56	0,31
42	МЕБЕЛЬНЫЙ ДВОР, ООО	Производство мебели	9 141 000,00	0,47	0,22
43	АЛЛИОН, ООО	Производство кухонной мебели	8 524 000,00	0,44	0,19
44	ПАРКЕТРИ, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	8 389 000,00	0,43	0,18
45	ЛАЗУРИТ, ООО	Производство мебели	7 854 000,00	0,40	0,16
46	СТИЛЬ, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	7 610 000,00	0,39	0,15
47	ТОРГОВЫЙ ПРОЕКТ, ООО	Производство мебели	7 582 000,00	0,39	0,15
48	АГАТ, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	7 421 000,00	0,38	0,14
49	ИНТЕРЬЕР, ООО	Производство мебели	6 813 000,00	0,35	0,12
50	АЛЬТЕРНАТИВА, ООО	Производство мебели для офисов и предприятий торговли	6 260 000,00	0,32	0,10
	Общее по всем предприятиям		1 954 260 000,00		INN=502, 96

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

22.06.2017

Исследование особенностей спроса на рынке мебели Красноярского края.

### Исследование особенностей спроса на рынке мебели Красноярского края.

Добрый день! Мы проводим изучение потребительского спроса на мебельную продукцию в Красноярском крае. Просим Вас уделить немного времени и ответить на несколько вопросов. Это займет не более 10 минут. Опрос является анонимным.

**1. Ваш пол**

Отметьте только один овал.

- ☐ Женский  
☐ Мужской

**2. Ваш возраст**

Отметьте только один овал.

- ☐ До 25 лет  
☐ от 25 до 35 лет  
☐ от 35 до 45 лет  
☐ от 45 до 55 лет  
☐ более 55 лет

**3. Ваше семейное положение**

Отметьте только один овал.

- ☐ Замужем (Женат)  
☐ Разведен (а)  
☐ Не замужем (не женат)  
☐ Состою в отношениях

**4. Количество членов семьи**

Отметьте только один овал.

- ☐ 1-2  
☐ 3  
☐ 4  
☐ 5 и более

**5. Средний доход на одного члена вашей семьи**

Отметьте только один овал.

- ☐ менее 10 тысяч рублей  
☐ от 10 до 25 тысяч рублей  
☐ от 25 до 40 тысяч рублей  
☐ от 40 до 55 тыс рублей  
☐ свыше 55 тысяч рублей

### Вопросы о мебели

<https://docs.google.com/forms/d/1Bf0Vqmt6USkS1fVnDVZbria5Vxk6ajhyiUDP8-wiZrY/edit>

1/4

## Продолжение приложения Б

22.06.2017

Исследование особенностей спроса на рынке мебели Красноярского края.

### 6. Как часто вы приобретаете мебель?

Отметьте только один овал.

- ☐ Чаше чем раз в 3 года
- ☐ раз в 4 года
- ☐ Раз в 6 лет
- ☐ Раз в 8 лет
- ☐ Раз в 10 лет и реже

### 7. Выберите через какой промежуток времени обычно у вас возникает необходимость сменить данный тип мебели

Отметьте только один овал в каждом ряду.

	Менее чем через 3 года	Через 4 года	Через 5 лет	Через 6 лет	Через 7 лет	Через 8 лет	Через 9 лет	Через 10 лет и более
Кухонная мебель	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мягкая мебель (Диваны, кресла и т.д....)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Корпусная мебель	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Детская комната	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мебель для ванной комнаты	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мебель для спальни	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 8. Как вы оцениваете разнообразие ассортимента по данным категориям мебельной продукции.

Отметьте только один овал в каждом ряду.

	Можно найти все	Есть сложности в поиске по цвету и стилю	Есть сложности по подбору размеров	Низкий ассортимент не могу найти нужную мне мебель
Кухонная мебель	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мягкая мебель (Диваны, кресла и т.д....)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Корпусная мебель	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Детская комната	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мебель для ванной комнаты	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мебель для спальни	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Продолжение приложения Б

22.06.2017

Исследование особенностей спроса на рынке мебели Красноярского края.

### 9. Какая стоимость, по вашему мнению является приемлемой для данных типов мебельной продукции

Отметьте только один овал в каждом ряду.

	до 10 тыс	от 10 до 20 тыс	от 20 до 30 тыс	от 30 до 50 тыс	от 50 до 70 тыс	от 70 до 90 тыс	свыше 90 тыс
Кухонная мебель	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мягкая мебель (Диваны, кресла и т.д...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Корпусная мебель	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Детская комната	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мебель для ванной комнаты	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мебель для спальни	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 10. По какой причине вы готовы сменить мебель?

Отметьте только один овал.

- ☐ Переезд в новое жилье
- ☐ Желание сменить интерьер
- ☐ Возникла необходимость пополнить обстановку в квартире
- ☐ Старая мебель пришла в негодность
- ☐ Другое: \_\_\_\_\_

### 11. На сколько для вас важны следующие характеристики мебели?

Отметьте только один овал в каждом ряду.

	Исключительно важно	Достаточно важно	Важно	Не важно	Не очень важно	Совершенно не важно
Дизайн	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Удобство	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Функциональность	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Индивидуальность	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Качество	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Цена	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Натуральность используемого при изготовлении сырья	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 12. Где вы предпочитаете приобретать мебель?

Отметьте все подходящие варианты.

- ☐ Крупный мебельный торговый центр
- ☐ Отдельно стоящий несетевой мебельный магазин
- ☐ Неспециализированный гипермаркет
- ☐ Сетевой мебельный магазин
- ☐ Интернет-магазин
- ☐ Организации изготавливающие мебель под заказ
- ☐ Другое: \_\_\_\_\_



## Окончание приложения Б

22.06.2017

Исследование особенностей спроса на рынке мебели Красноярского края.

**13. В каком из данных типов предприятий по вашему мнению качество продукции будет лучше?**

*Отметьте все подходящие варианты.*

- ☐ Крупный мебельный торговый центр
- ☐ Отдельно стоящий несетевой мебельный магазин
- ☐ Неспециализированный гипермаркет
- ☐ Сетевой мебельный магазин
- ☐ Интернет-магазин
- ☐ Организации изготавливающие мебель под заказ
- ☐ Другое: \_\_\_\_\_

**14. В каком из данных типов предприятий по вашему мнению будет наиболее качественное обслуживание клиентов?**

*Отметьте все подходящие варианты.*

- ☐ Крупный мебельный торговый центр
- ☐ Отдельно стоящий несетевой мебельный магазин
- ☐ Неспециализированный гипермаркет
- ☐ Сетевой мебельный магазин
- ☐ Интернет-магазин
- ☐ Организации изготавливающие мебель под заказ
- ☐ Другое: \_\_\_\_\_

**15. В каком из данных типов предприятий по вашему мнению будет наилучшее соотношение цены и качества?**

*Отметьте все подходящие варианты.*

- ☐ Крупный мебельный торговый центр
- ☐ Отдельно стоящий несетевой мебельный магазин
- ☐ Неспециализированный гипермаркет
- ☐ Сетевой мебельный магазин
- ☐ Интернет-магазин
- ☐ Организации изготавливающие мебель под заказ
- ☐ Другое: \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Расчёт точки безубыточности компании ИП Лопатина О.И. «Фабрика идей»

Показатель	Значение
Объем производства (в единицах)	19 500
Выручка (в рублях)	100 010 490
Переменные затраты (в рублях)	79 982 000
Постоянные затраты (в рублях)	10 042 000
Общие затраты (в рублях)	90 024 000
ВЕРедт (в единицах)	9777,02
ВЕРден (в рублях)	50143837,13

Графическое изображение точки безубыточности

Объем производст ва (в единицах)	цена 1-ой единицы (в рублях)	Выручка (в рублях)	Переменные затраты (в рублях)	Постоянные затраты (в рублях)	Общие затраты (в рублях)
1147,06	5128,74	5882970,00	4704823,53	10042000,00	14746823,53
2294,12	5128,74	11765940,00	9409647,06	10042000,00	19451647,06
3441,18	5128,74	17648910,00	14114470,59	10042000,00	24156470,59
4588,24	5128,74	23531880,00	18819294,12	10042000,00	28861294,12
5735,29	5128,74	29414850,00	23524117,65	10042000,00	33566117,65
6882,35	5128,74	35297820,00	28228941,18	10042000,00	38270941,18
8029,41	5128,74	41180790,00	32933764,71	10042000,00	42975764,71
9176,47	5128,74	47063760,00	37638588,24	10042000,00	47680588,24
10323,53	5128,74	52946730,00	42343411,76	10042000,00	52385411,76
11470,59	5128,74	58829700,00	47048235,29	10042000,00	57090235,29
12617,65	5128,74	64712670,00	51753058,82	10042000,00	61795058,82
13764,71	5128,74	70595640,00	56457882,35	10042000,00	66499882,35
14911,76	5128,74	76478610,00	61162705,88	10042000,00	71204705,88
16058,82	5128,74	82361580,00	65867529,41	10042000,00	75909529,41
17205,88	5128,74	88244550,00	70572352,94	10042000,00	80614352,94
18352,94	5128,74	94127520,00	75277176,47	10042000,00	85319176,47
19500,00	5128,74	100010490,00	79982000,00	10042000,00	90024000,00

## Окончание приложения В

